

**ÖĞRETMEN ADAYLARININ SOSYAL
MEDYADAKİ ETİK DAVRANIŞLARA
İLİŞKİN GÖRÜŞLERİNİN İNCELENMESİ:
ESKİŞEHİR İLİ ÖRNEĞİ**

Doktora Tezi

Özge MISIRLI

Eskişehir, 2016

**ÖĞRETMEN ADAYLARININ SOSYAL MEDYADAKİ ETİK DAVRANIŞLARA
İLİŞKİN GÖRÜŞLERİNİN İNCELENMESİ: ESKİŞEHİR İLİ ÖRNEĞİ**

Özge MISIRLI

DOKTORA TEZİ

**Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi Anabilim Dalı
Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Öğretmenliği Programı**

Danışman: Doç. Dr. Abdullah KUZU

(İkinci Danışman: Yrd. Doç.Dr. Ö. Özgür DURSUN)


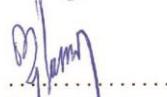
Eskişehir


Anadolu Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü

Haziran, 2016

JÜRİ VE ENSTİTÜ ONAYI

Özge MISIRLI'nın "Öğretmen Adaylarının Sosyal Medyadaki Etik Davranışlara İlişkin Görüşlerinin İncelenmesi:Eskişehir İli Örneği" başlıklı tezi 14.06.2016 tarihinde, aşağıda belirtilen jüri üyeleri tarafından Anadolu Üniversitesi Lisansüstü Eğitim-Öğretim ve Sınav Yönetmeliğinin ilgili maddeleri uyarınca Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi Anabilim Dalı Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Öğretmenliği Programında, Doktora tezi olarak değerlendirilerek kabul edilmiştir.

	Adı-Soyadı	İmza
Üye (Tez Danışmanı)	: Doç.Dr. Abdullah KUZU	
Üye	: Prof.Dr.H. Ferhan ODABAŞI	
Üye	: Doç.Dr.Belgin AYDIN	
Üye	: Yard.Doç.Dr. Mehmet KAHRAMAN	
Üye	: Yard.Doç.Dr. Mehmet ERSOY	


Prof.Dr.Esra CEYHAN
Eğitim Bilimleri Enstitü
Müdürü

Canım anneme ve biricik babama

ÖZET

ÖĞRETMEN ADAYLARININ SOSYAL MEDYADAKİ ETİK DAVRANIŞLARA İLİŞKİN GÖRÜŞLERİNİN İNCELENMESİ: ESKİŞEHİR İLİ ÖRNEĞİ

Özge MISIRLI

Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi Anabilim Dalı

Anadolu Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü

Haziran, 2016

Danışman: Doç. Dr. Abdullah KUZU

İkinci Danışman: Yrd.Doç.Dr. Ö. Özgür DURSUN

Teknolojinin gelişmesiyle ve yaygın kullanılmasıyla birlikte etik dışı davranışlarda bulunmak daha kolay bir hal almıştır. Gerek maruz kalınan olaylar gerekse gözlemlenen davranışlar baz alınarak aslında etik olmayan pek çok davranış normalleşmiş, çok sayıda insan tarafından sıklıkla yapılır hale gelmiştir. Genel olarak iletişim ortamı anlamına gelen medyanın bilgi paylaşım ortamı olduğu da söylenebilir. Bilginin paylaşımı kavramı bir bakıma bilgi yayımı anlamına gelmektedir. Medyanın haber vermek, bilgilendirmek, eğlendirmek, eğitmek, denetlemek gibi temel işlevlerinin olduğu düşünüldüğünde, paylaşılan haberin ya da bilginin doğruluğu, güncelliği, kişilik haklarına saygı gösterip göstermediği, gizliliği gibi etik sorunlar söz konusu olabilmektedir. Bu noktada gerek bireysel olarak gerek ortam açısından etik ilkelere dikkat etmek önemlidir. Medyanın yeni hale düşünüldüğünde, insanların artık basılı medyadan başka çevrimiçi ortamları ve sosyal medyayı haber ve bilgi edinme amaçlı kullandıklarını görülmektedir. Bu noktada medya etiği dışında bilgisayar etiği, internet etiği ve çok sayıda insan tarafından kullanılan ve etik dışı davranışlara çok kolay sebep olabilen sosyal medya etiğinin üzerinde durulmalıdır.

Bilgi çağında, etik sorunlar Mason (1986) tarafından gizlilik, doğruluk, fikri mülkiyet ve erişim olmak üzere dört temel başlık altında ele almaktadır. Bu modelin temel alındığı bu araştırmanın temel amacı öğretmen adaylarının sosyal medyadaki etik davranışlarına ilişkin profillerini ortaya koymaktır. Araştırma kapsamında öğretmen adaylarının tercih edilmesinin iki önemli sebebi bulunmaktadır. Bunlardan biri sosyal medyayı en yaygın kullanan gurubun 18-29 yaş aralığında olan bireyler olması, ikincisi ise gelecek nesillere model olacak olan öğretmen adaylarının bu konuda görüşlerinin ve sergiledikleri davranışların önemli olmasıdır. Ayrıca alan yazındaki çalışmalar incelendiğinde çalışmaların pek çoğunun etik sorunlardan gizlilik üzerine olduğu görülmektedir. Bu durum göz önüne alındığında araştırma sosyal medya etiğine bütüncül bir bakış sağlamak açısından önemlidir.

Araştırma, öğretmen adaylarının sosyal medyadaki etik davranışlarını yordayan değişkenleri belirlemeye yönelik olarak tarama modelinde desenlenmiştir. Araştırma kapsamında Eskişehir Osmangazi Üniversitesi ve Anadolu Üniversitesinde Eğitim Fakültelerin okuyan toplam öğrencilerden 3488 öğrenciye ulaşılmıştır. Verilerin toplanmasında araştırmacı tarafından hazırlanmış olan 35 maddelik veri toplama aracı öğrencilere uygulanmış, uygulama sonrasında da toplam 23 öğrenci ile üç farklı grupta odak grup görüşmesi yapılmıştır. Odak grup görüşmelerinde araştırmacı tarafından yazılmış olan etik ikilem senaryoları kullanılmış ve öğrencilerin bu senaryolar üzerinden tartışmaları sağlanmıştır. Araştırmadan elde edilen nicel veriler SPSS paket programı yardımıyla, nitel veriler ise içerik analizi ile analiz edilmiştir.

Araştırmadan elde edilen bulgular, gizlilik, doğruluk, fikri mülkiyet ve erişim boyutlarındaki ele alınan değişkenler açısından farklılık görüldüğünü ortaya koymaktadır. Cinsiyet değişkeni açısından incelendiğinde kadınların özellikle fikri mülkiyet ve erişim boyutlarında erkeklere göre daha hassas davrandıkları görülmektedir. Alan değişkeni açısından maddeler incelendiğinde istatistiksel anlamda farklılık çıkmasına rağmen bu farkın katılımcıların sayılarından kaynaklandığı düşünülmektedir. Boyutlardaki maddeler incelendiğinde özellikle fikri mülkiyet ve erişim konusunda sınıf düzeyi açısından daha keskin farklılıklar gösterdiğini sonucu dikkat çekmektedir. Veriler kullanılan forum sayısına göre incelendiğinde ise fazla sayıda forum kullanan katılımcıların daha fazla etik davranma eğiliminde oldukları

görülürken bu sonucun tam tersine internette fazla vakit geçiren katılımcıların etik dışı davranma eğilimlerinin arttığı görülmüştür. Yapılan odak grup görüşmelerine göre ise öğrencilerin birkaçı dışında hepsinin kendilerine sağlayacakları faydaların etik davranışlarının önüne geçtiği, kendi menfaatleri söz konusu olduğu zaman etik dışı davranmaktan çekinmeyebilecekleri yapılan görüşmelerden elde edilen sonuçlar arasında olduğu söylenebilir. Araştırma sonucunda araştırma süreci ve elde edilen bulgular göz önüne alınarak uygulama ve araştırmaya dönük öneriler sunulmuştur.

Anahtar Sözcükler: Etik, Öğretmen adayları, PAPA, Sosyal medya etiği,

ABSTRACT

INVESTIGATION OF TEACHER CANDIDATES' VIEWS ABOUT BEHAVIOURS RELATED TO SOCIAL MEDIA ETHIC: ESKISEHIR SAMPLE

Department of Computer Education and Instructional Technologies

Institute of Educational Sciences, Anadolu University

June, 2016

Supervisor: Assoc. Prof. Dr. Abdullah KUZU

Second Supervisor: Assist. Prof. Dr. Ö.Ö. DURSUN

With the development and wide-spread use of technology, it is now easier to demonstrate unethical behaviors. Considering not only the events experienced but also the behaviors observed, it could be stated that a number of unethical behaviors are regarded as normal, and numerous people frequently demonstrate such behaviors. In general, the media, known as a communication environment, could be said to be an environment for sharing information. The concept of information sharing, in a sense, refers to spread of information. When such basic functions of media as giving news, informing, entertainment, education and inspection are taken into account, it could be stated that there are several ethical issues like the correctness and up-to-datedness of the news or information, personal rights and personal privacy. In this respect, it is important to pay attention to ethical principles with respect to both the environment and individuals. Today, considering the current state of media, people, apart from the printed media, use online environments and social media to get news and information services. Therefore, besides media ethics, the focus should also be on computer ethics,

Internet ethics as well as on the ethics related to social media which is used by a number of people and which is thought to result easily in unethical behaviors.

In this information age, ethical problems are gathered by Mason (1986) under four main headings: privacy, accuracy, property and accessibility. The main purpose of the present study, which was based on this model, was to reveal the profiles related to preservice teachers' ethical behaviors in social media. Within the scope of the study, there were two important reasons for selecting preservice teachers. First of all, individuals using the social media most frequently are those aged between 18 and 29. The second reason was that it is important to determine the related thoughts and behaviors of preservice teachers, who will act as a model for future generations. In addition, when studies in literature are examined, it is seen that most of these studies focused on privacy, one of ethical problems. Considering this fact, the present study is important in terms of putting forward a holistic perspective regarding social media.

The study was carried out with the survey model for the purpose of determining the variables which predicted the ethical behaviors of preservice teachers in social media. Within the scope of the study, a total of 3488 students from the Education Faculties of Eskişehir Osmangazi University and Anadolu University were reached. In order to collect the research data, a 35-item data collection tool developed by the researcher was applied to the students. Following this, focus group interviews were held with 23 students in three groups. For the focus group interviews, ethical dilemma scenarios authored by the researcher were used, and the students made discussions based on these scenarios. The quantitative research data collected in the study were analyzed with the package software of SPSS, and the qualitative data were analyzed with content analysis method.

For the item analysis conducted in the study, the items differing in terms of the variables related to the dimensions of privacy, accuracy, property and accessibility were not included in data analysis. When examined with respect to the variable of gender, it was seen that the female participants demonstrated more sensitive behaviors in relation to the dimensions of property and accessibility than the male participants. When the items were examined in terms of the variable of field, a statistically significant difference was found, and this difference was thought to be due to the number of the

participants. When the items in the dimensions were examined, it was seen that especially in terms of the dimensions of property and accessibility, there were more prominent differences with respect to class grades. When the data were examined depending on the number of forums used, it was found that the participants using forums more frequently tended to demonstrate more ethical behaviors and that those spending much time on the Internet had a higher tendency to demonstrate unethical behaviors. In the study, according to the focus group interviews, except for a few of the students, all of them reported that the related benefits outweighed their ethical behaviors and that they would not hesitate to demonstrate unethical behaviors for the sake of their own benefits. Considering the research process and the findings obtained in the study, several suggestions were put forward for future research and practice.

Key words: Ethic, Preservice teachers, PAPA, Social media ethic

Etik İlke ve Kurallara Uygunluk Beyannamasi

Bu tez çalışmasının bana ait, özgün bir çalışma olduğunu; çalışmamın hazırlık, veri toplama, analiz ve bilgi ve bulguların sunulması aşamalarında bilimsel ilke ve etik kurallar uygun davrandığımı; çalışma kapsamında, çalışmayı desteklemek için kullandığım tüm veri ve bilgiler için kaynak gösterdiğimi; bu kaynakçaların tümüne kaynakçada yer verdiğimi; bu çalışmanın Anadolu Üniversitesi tarafından kullanılan bilimsel intihal tespit programıyla tarandığını ve hiçbir şekilde intihal içermediğini beyan ederim.

Her hangi bir zamanda, çalışmamla ilgili yaptığım bu beyana aykırı bir durumun saptanması durumunda ortaya çıkacak tüm ahlaki ve hukuki sonuçlara razı olduğumu bildiririm.


Özge MISIRLI

ÖNSÖZ

Hayatımın en uzun zamanlarımı harcadıktan sonra ortaya çıkan bu çalışmada, belki yazarak değil ama desteklerini her zaman hissettiğim onlarca insan bulunmaktadır. Öncelikle, beni doktoranın her anında bitirmem konusunda destekleyen ve ihtiyaç duyduğumda desteğini gördüğüm tez danışmanım Abdullah KUZU'ya teşekkür ederim. Ayrıca bu aşamada her başım sıkıştığında desteklerini esirgemeyen ikinci danışmanım Özgür DURSUN' a teşekkürlerimi sunarım.

Hem akademik anlamda hem de tüm doktora sürecim boyunca duygusal olarak yanımda olduğunu hissettiğim ve beni ne kadar iyi tanıdığına zaman zaman şaşırdığım, görüşleriyle ufkumu genişleten tez izleme komitemde yer alan saygıdeğer hocam H. Ferhan ODABAŞI'ya sonsuz teşekkürü borç bilirim. Tez izleme komitemde yer alan ve değerli görüşleriyle katkı sağlayan değerli hocam Belgin AYDIN'a teşekkürlerimi sunarım. Ayrıca yoğunluklarına rağmen tez savunmam için bana zaman ayıran ve görüşlerini esirgemeyen Mehmet KAHRAMAN'a ve Mehmet ERSOY'a teşekkür ederim.

Tüm doktora sürecimde ama özellikle de tez aşamasında hem akademik olarak hem de ders dışı etkinliklerle desteğini hissettiğim hocam Işıl KABAKÇI YURDAKUL 'a minnetle teşekkür ederim. Gerek lisans gerekse doktora sürecinde kendisinden ders alma fırsatı bulduğum ve desteklerini hep hissettiğim değerli hocalarım Aşkın KURT ve Yavuz AKBULUT'a teşekkürü bir borç bilirim.

Doktora sürecinde zor ve bunaldığımız zamanlarda birbirimize dertlendiğimiz ve birbirimizi sakinleştirdiğimiz Tansu MUTLU'ya, odaya her girdiğimde güler yüzle karşılayan sohbetini hiçbir zaman esirgemeyen Zeynep AKIN DEMİRCAN'a, süreçte hızımı artıran ve özellikle veri analiz sürecinde her daim destek veren Eren Can AYBEK'e, odaya gülümseyerek girme sebebi olan, fikirlerini ve sohbetlerini esirgemeyen Özge ÖZTEKİN ve Mikail YALÇIN'a teşekkür ederim.

Doktora sürecimin tamamında odalarına her gittiğimde kendi odam kadar rahat ettiğim, her gittiğimde yanlarından gülümseyerek çıktığım ve beni hem sohbetleriyle rahatlatan hem de fikirleriyle geliştiren arkadaşlarım Canan ÇOLAK'a, Fevzi İnan

DÖNMEZ'e ve. Şenay OZAN'a gerçekten çok teşekkür ederim. Veri toplama sürecimi inanılmaz kolaylaştıran ve yardımlarını esirgemeyen Bahadır AYAŞ'a desteğinden dolayı çok teşekkür ederim.

Hayatımın her aşamasında koşulsuz desteklerini gördüğüm ve bu tezin bittiğini görmelerini çok istediğim ancak maalesef sadece gördüklerine inandığım canım annem Nursel KARAKUŞ'a ve biricik babam Zekeriya KARAKUŞ'a, her dönem ama en çok da onların yokluğunda desteklerini daha çok hissettiklerim ve iyi ki varlar dediğim kardeşlerim Özer KARAKUŞ ve Onur KARAKUŞ'a, sonradan kardeş olduklarım ve abla abiliklerini daha üniversitenin ilk yılından beri hep hissettiğim Özlem ve Levent TAŞDEMİR'e, uzaklarda olsa da bir telefon kadar yakın olan Arif MISIRLI'ya ve elbette bana ikinci aile olan Gülnaz ve Mehmet Ali MISIRLI'ya sonsuz teşekkür ederim.

Elbette küçük aileme... Bütün süreçte, sabrına, sakinliğine, desteğine ve açık sözlülüğüne hayran olduğum sevgili eşim Özgür MISIRLI'ya ve bana duyguların en güzelini yaşatarak bu zor sürece en güzel katlanma sebebi olan Arya'ma teşekkürlerim sonsuzdur.

Son olarak, araştırmamı destekleyen TÜBİTAK'a verdiği destekten dolayı teşekkürlerimi sunarım.

Özge MISIRLI

Eskişehir, 2016

İÇİNDEKİLER

ÖZET	v
ABSTRACT.....	viii
Etik İlke ve Kurallara Uygunluk Beyannamesi	xi
ÖNSÖZ	xii
TABLolar LİSTESİ.....	xvi
ŞEKİLLER LİSTESİ	xviii
KISALTMALAR LİSTESİ	xix
BİRİNCİ BÖLÜM	1
GİRİŞ	1
Medya Etiği	2
Bilgisayar Etiği.....	3
İnternet Etiği.....	6
Sosyal Medya	7
Sosyal Medya Etiği	11
Öğretmenlerin Sosyal Medyadaki Etik Davranışları	18
İlgili Araştırmalar	21
Amaç	25
Önem	26
Sınırlılıklar	27
Tanımlar	27
İKİNCİ BÖLÜM.....	28
YÖNTEM	28
Araştırma Modeli	28
Araştırma Evreni	29
Verilerin Toplanması	35
Veri Toplama Araçlarının Hazırlanması	36
Pilot Uygulama.....	37
Veri Toplama Araçlarının Uygulanması	38

Verilerin Çözümlemesi ve Analizi.....	39
ÜÇÜNCÜ BÖLÜM.....	40
BULGULAR VE YORUMLAR	40
Nicel Verilere İlişkin Bulgular.....	40
Cinsiyet Değişkeninin Sosyal Medya Etiği Üzerine Etkisine İlişkin Bulgular	45
Sınıf Değişkeninin Sosyal Medya Etiği Üzerine Etkisine İlişkin Bulgular	49
Alan Değişkeninin Sosyal Medya Etiği Üzerine Etkisine İlişkin Bulgular	52
Sahip Olunan Sosyal Medya Hesabı Sayısı Değişkeninin Sosyal Medya Etiği Üzerine Etkisine İlişkin Bulgular	55
Aktif Kullanılan Forum Sayısı Değişkeninin Sosyal Medya Etiği Üzerine Etkisine İlişkin Bulgular	58
İnternette Geçirilen Süre Değişkeninin Sosyal Medya Etiği Üzerine Etkisine İlişkin Bulgular	62
Nitel Verilere İlişkin Bulgular	67
Gizlilik ile ilgili görüşler	68
Doğruluk ile ilgili görüşler	69
Fikri mülkiyet ile ilgili görüşler	70
Erişim ile ilgili görüşler.....	71
DÖRDÜNCÜ BÖLÜM	72
SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER	72
Sonuç ve Tartışma.....	72
Öneriler	86
Uygulamaya Dönük Öneriler	86
Araştırmaya Dönük Öneriler	87
EKLER.....	88
KAYNAKÇA.....	98
ÖZGEÇMİŞ	107

TABLolar LİSTESİ

<i>Tablo 1: Araştırma Örnekleme</i>	29
<i>Tablo 2: Anket Dönüş Oranları</i>	31
<i>Tablo 3: Pilot Uygulamaya Katılan Öğrenciler</i>	37
<i>Tablo 4: İlk Uygulama Sonrası Faktör Analizi</i>	41
<i>Tablo 5: İkinci Uygulama Sonrası Faktör Analizi</i>	42
<i>Tablo 6: Üçüncü Uygulama Sonrası Faktör Analizi</i>	43
<i>Tablo 7: Katılımcıların Gizlilik Boyutunda Cinsiyetlerine Göre Verdikleri Yanıtlara İlişkin Ki-Kare Testi Sonuçları</i>	45
<i>Tablo 8: Katılımcıların Doğruluk Boyutunda Cinsiyetlerine Göre Verdikleri Yanıtlara İlişkin Ki-Kare Testi Sonuçları</i>	46
<i>Tablo 9: Katılımcıların Fikri Mülkiyet Boyutunda Cinsiyetlerine Göre Verdikleri Yanıtlara İlişkin Ki-Kare Testi Sonuçları</i>	47
<i>Tablo 10: Katılımcıların Erişim Boyutunda Cinsiyetlerine Göre Verdikleri Yanıtlara İlişkin Ki-Kare Testi Sonuçları</i>	48
<i>Tablo 11: Katılımcıların Gizlilik Boyutunda Sınıf Düzeylerine Göre Verdikleri Yanıtlara İlişkin Ki-Kare Testi Sonuçları</i>	49
<i>Tablo 12: Katılımcıların Doğruluk Boyutunda Sınıf Düzeylerine Göre Verdikleri Yanıtlara İlişkin Ki-Kare Testi Sonuçları</i>	50
<i>Tablo 13: Katılımcıların Fikri Mülkiyet Boyutunda Sınıf Düzeylerine Göre Verdikleri Yanıtlara İlişkin Ki-Kare Testi Sonuçları</i>	51
<i>Tablo 14: Katılımcıların Erişim Boyutunda Sınıf Düzeylerine Göre Verdikleri Yanıtlara İlişkin Ki-Kare Testi Sonuçları</i>	51
<i>Tablo 15: Katılımcıların Gizlilik Boyutunda Öğrenim Görülen Alana Göre Verdikleri Yanıtlara İlişkin Ki-Kare Testi Sonuçları</i>	52
<i>Tablo 16: Katılımcıların Doğruluk Boyutunda Öğrenim Görülen Alana Göre Verdikleri Yanıtlara İlişkin Ki-Kare Testi Sonuçları</i>	53
<i>Tablo 17: Katılımcıların Fikri Mülkiyet Boyutunda Öğrenim Görülen Alana Göre Verdikleri Yanıtlara İlişkin Ki-Kare Testi Sonuçları</i>	54
<i>Tablo 18: Katılımcıların Erişim Boyutunda Öğrenim Görülen Alana Göre Verdikleri Yanıtlara İlişkin Ki-Kare Testi Sonuçları</i>	55

<i>Tablo 19: Katılımcıların Gizlilik Boyutunda Sosyal Medya Hesabı Sayısına Göre Verdikleri Yanıtlara İlişkin Ki-Kare Testi Sonuçları</i>	<i>55</i>
<i>Tablo 20: Katılımcıların Doğruluk Boyutunda Sosyal Medya Hesabı Sayısına Göre Verdikleri Yanıtlara İlişkin Ki-Kare Testi Sonuçları</i>	<i>56</i>
<i>Tablo 21: Katılımcıların Fikri Mülkiyet Boyutunda Sosyal Medya Hesabı Sayısına Göre Verdikleri Yanıtlara İlişkin Ki-Kare Testi Sonuçları</i>	<i>57</i>
<i>Tablo 22: Katılımcıların Erişim Boyutunda Sosyal Medya Hesabı Sayısına Göre Verdikleri Yanıtlara İlişkin Ki-Kare Testi Sonuçları</i>	<i>58</i>
<i>Tablo 23: Katılımcıların Gizlilik Boyutunda Aktif Kullandıkları Forum Sayısına Göre Verdikleri Yanıtlara İlişkin Ki-Kare Testi Sonuçları</i>	<i>59</i>
<i>Tablo 24: Katılımcıların Doğruluk Boyutunda Aktif Kullandıkları Forum Sayısına Göre Verdikleri Yanıtlara İlişkin Ki-Kare Testi Sonuçları</i>	<i>59</i>
<i>Tablo 25: Katılımcıların Fikri Mülkiyet Boyutunda Aktif Kullanılan Forum Sayısına Göre Verdikleri Yanıt Dağılımları ve Ki-Kare Testi Sonuçları</i>	<i>60</i>
<i>Tablo 26: Katılımcıların Erişim Boyutunda Aktif Kullanılan Forum Sayısına Göre Verdikleri Yanıt Dağılımları ve Ki-Kare Testi Sonuçları</i>	<i>61</i>
<i>Tablo 27: Katılımcıların Gizlilik Boyutunda İnternette Geçirdikleri Süreye Göre Verdikleri Yanıt Dağılımları ve Ki-Kare Testi Sonuçları</i>	<i>62</i>
<i>Tablo 28: Katılımcıların Doğruluk Boyutunda İnternette Geçirdikleri Süreye Göre Verdikleri Yanıt Dağılımları ve Ki-Kare Testi Sonuçları</i>	<i>63</i>
<i>Tablo 29: Katılımcıların Fikri Mülkiyet Boyutunda İnternette Geçirdikleri Süreye Göre Verdikleri Yanıt Dağılımları ve Ki-Kare Testi Sonuçları</i>	<i>64</i>
<i>Tablo 30: Katılımcıların Erişim Boyutunda İnternette Geçirdikleri Süreye Göre Verdikleri Yanıt Dağılımları ve Ki-Kare Testi Sonuçları</i>	<i>65</i>
<i>Tablo 31: Maddelere Verilen Yanıtların Dağılımı</i>	<i>66</i>

ŞEKİLLER LİSTESİ

<i>Şekil 1: Araştırma Süreci Uygulama Planı.....</i>	<i>28</i>
<i>Şekil 2: Öğretmen Adaylarının Cinsiyete Göre Dağılımları</i>	<i>32</i>
<i>Şekil 3: Öğretmen Adaylarının Anabilim Dallarına Göre Dağılımları.....</i>	<i>32</i>
<i>Şekil 4: Öğretmen Adaylarının Sınıf Düzeylerine Göre Dağılımı</i>	<i>33</i>
<i>Şekil 5: Aktif Kullanılan Forum Sayısına Göre Öğrenci Dağılımı.....</i>	<i>34</i>
<i>Şekil 6: İnternette Geçirilen Zamana Göre Öğrenci Dağılımı</i>	<i>34</i>

KISALTMALAR LİSTESİ

- PAPA Mason (1986) tarafından ortaya konan bilişim etiği modeli (Privacy, Accuracy, Property, Accesibility)
- BÖTE :Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi Bölümü
- TDK :Türk Dil Kurumu
- TÜBİTAK :Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu

BİRİNCİ BÖLÜM GİRİŞ

Teknolojinin gelişmesiyle ve yaygın kullanılmasıyla birlikte etik dışı davranışlarda bulunmak daha kolay bir hal almıştır. Gerek maruz kalınan olaylar gerekse gözlemlenen davranışlar baz alınarak aslında etik olmayan pek çok davranış normalleşmiş, çok sayıda insan tarafından sıklıkla yapılır hale gelmiştir. Teknolojiyle ilgili etik kavramlardan bahsetmeden önce etiğe genel bir bakış açısı sağlamak için etik kavramından ve etik kuramlarından kısaca bahsetmekte fayda vardır.

Yunanca “Ethos” kelimesinden gelen etik kavramı, genel olarak ahlak ile eş anlamlı kullanılıyor olsa da, aralarında hem birbirlerine bağlı hem de birbirinden farklı olacak şekilde bir ilişki olduğu söylemek mümkündür. Ahlak, bireysel, grupsal ya da toplumsal olarak yaşanan bir şey olmasına rağmen etik, ahlakı ele alan ahlak görüşlerini ve öğretilerini sınıflandıran ve eleştiren felsefe disiplininin adı olarak tanımlanmaktadır (Özlem, 2004). Bu tanımdan yola çıkarak ahlakın daha bireylere özgü ve toplumdan topluma değişebilir olduğunu, etiğin ise sınırlarının daha net çizgilerle belli ve genel geçer olduğunu söylemek mümkündür. Günlük hayatımızda ahlak ve ahlaksızlık kavramlarını daha çok cinsellikle ilgili konularda kullanmamıza rağmen, etik ve etik dışı kavramlarının daha çok iş ve profesyonel topluluklara ilişkin cümlelerin içinde kullanıyor olmamız da yine bunun önemli bir göstergesidir (Thiroux ve Krasemann, 2012).

Etik yaklaşımlar çeşitli şekillerde sınıflandırılmaktadır. Cevizci (2010) ve Feldman (1978) temel olarak normatif etik ve meta-etik olmak üzere iki kuramın üzerinde durmaktayken, İyi (2014) etiği mutluluk ve hazzı temel alan yaklaşım, erdemi temel alan yaklaşım, faydayı temel alan yaklaşım ve meta etik yaklaşımı olmak üzere dört farklı yaklaşım altında incelemiştir. Etiğin detaylı incelenmesi araştırma kapsamı dışında olmakla birlikte bu çalışmada etiğin yaygın bilinen kuramlarına değinilirken araştırma kapsamında sıkça karşılaşıldığı düşünülen yararçılık kuramının üzerinde daha detaylı durulacaktır.

Normatif etik, Feldman (1978) tarafından ahlaki olarak doğru eylem hakkındaki en temel ilkeleri keşfetme, formüle etme ve savunma girişimi olarak tanımlanmaktadır.

Meta-etik ise diğer birçok Şeyin dışında ahlaki değerlendirmenin terimlerini anlamaya, keŐfetmeye ve açıklamaya çalıŐmaktadır. Bu araştırma kapsamında daha fazla üzerinde durulacağı belirtilen faydacılık ise temelde yapılan eylemden azami sayıda kişinin faydalanmasını esas almakta ve yapılan eylemin etik olup olmadığına buna göre karar vermektedir. Bu bakış açısına göre bir eylemi doğru ve uygulouğu o eylemin sağladığı yarara, istenilen sonuca ulaŐtırıp ulaŐtırmamasına ve çok sayıda insan için en yüksek düzeyde mutluluk sağlıyor olmasına bağlıdır. (İyi, 2014; Thiroux ve Krasemann, 2012). Özellikle bireysel açıdan bakıldığında günümüzde pek çok insanın davranışlarını bu kurama dayandırılabilirler Şekilde açıklamak mümkündür. Özellikle teknolojinin geliŐmesinden sonra etik dışı olarak gösterilebilecek çoğu davranıŐın kökeninin kişilere sağladığı bireysel haz ve iyiliğin olduğu görülmektedir. Teknolojinin hayatımıza girmesiyle birlikte teknolojiyle ilgili olarak etik kavramının yeniden yorumlanması gerekliliği ortaya çıkmıştır. Bu nedenle temel etik tanımı baz alınarak teknolojiyle ilişkili olabileceği düşünülen etik kavramları ele alınacak ve açıklanacaktır.

Medya Etiği

Genel olarak iletişim ortamı anlamına gelen medyanın (Türk Dil Kurumu [TDK], 2014), iletişimin temelinin karşılıklı bilgi paylaşımı olduğu düşünüldüğünde, bilgi paylaşım ortamı olduğu da söylenebilir. Bilginin paylaşımı kavramı bir bakıma bilgi yayımı anlamına gelmektedir. Medyanın haber vermek, bilgilendirmek, eğlendirme, eğitmek, denetlemek gibi temel iŐlevleri göz önüne alındığında (zdemir, 2006), paylaşılan haberin ya da bilginin doğruluğu, güncelliği, kişilik hakları, gizliliği gibi etik sorunlar söz konusu olabilmektedir. Bu noktada gerek bireysel olarak gerek ortam açısından etik ilkelere dikkat etmek önemlidir.

Hedef kitlenin çokluğu ve etki gücünden dolayı medya denilince akla gelen ilk ortamlardan birinin haberler olması, bu ortamdaki etik sorunların daha fazla dikkat çekmesine neden olmaktadır. Doğruluk, gerçeklik, güncellik, ilgi çekicilik, önemlilik, anlaşılabilirlik, gizlilik, kişilik hakları ve fikri mülkiyet haberlerde en çok ortaya çıkan etik sorunlardır (zdemir, 2006). Her ne kadar habercilik çerçevesinde incelenmiş olsa da yapılan bu etik ihlallerin genel olarak yayıncılık açısından değerlendirilmesi gerektiği

söylenbilir. Bu açıdan bakıldığında da günümüzde yayıncılık adına pek çok ortamın kullanıldığı ve bu etik ilkelerin bu ortamlarda da geçerli olması gerektiği düşünülmektedir. Etik davranma, genellikle ortamlara değil kişilere ve kurumlara yüklenen bir sorumluluktur. Bu çerçevede medya etiği, çalışanların sorumluluklarını yerine getirirken hak, sorumluluk ve belirlenen kurallara uymaları olarak tanımlanmaktadır (Banar, 2013).

Günümüzde teknolojinin gelişmesinin beraberinde getirdiği medyanın değişimi nedeniyle, bilginin üretimi ve tüketimi tamamıyla dönüşmüştür. Bu değişim, beraberinde etik sorguyu ve standartların ihtiyacını doğurmuştur, çünkü internet insanların birbirleriyle, kurumlarla, hükümetle etkileşim şekillerini tamamıyla değiştirmiştir. Genel olarak teknolojinin yayılmasından sonra, kişiler, kurumlar arasındaki iletişim daha kolay hale gelmiş, bilgi alışverişi daha kolaylaşmıştır (Bowen, 2013), ancak bu durum beraberinde çeşitli etik sorunları da gündeme getirmiştir.

Günümüzde özellikle basılı medyanın yerini çevrimiçi haber kaynakları almıştır. Bu durumda özel olarak medya etiğine ilişkin kuralların değişikliğe uğradığını söylemek mümkündür. Bu açıdan bakıldığında yeni medya olarak tanımlanabilecek sosyal medyadan ve sosyal medya etiğinden önce sosyal medya etiğinin temelini oluşturan bilgisayar etiğine değinmekte fayda vardır.

Bilgisayar Etiği

Teknolojinin yaygınlaşması beraberinde teknolojinin farklı alanlara da entegrasyonunu önemli hale getirmiştir. Teknolojinin etkili entegrasyonunun zor olmasının yanı sıra teknolojinin etik olarak entegrasyonu herkes için zorlu bir durumdur (Bynum, 2000). Zaten var olan bu zorluğun, teknolojinin geçmişe göre daha yaygın ve üst düzey kullanımı ile daha da arttığı söylenebilir. Teknolojinin gelişmesinin beraberinde getirdiği bilgi artışı ve bilgiye erişim kolaylığı, bireyleri ve kurumları yeni ortaya çıkan bir takım zorluklarla karşı karşıya getirmiştir. Bu zorluklarında başında teknolojinin yaygın kullanımı nedeniyle daha da kolaylaşan etik ihlaller gelmektedir. Mason (1986), bilgi çağında etik sorunları gizlilik, doğruluk, fikri mülkiyet ve erişim olmak üzere dört

temel başlık altında ele almaktadır. *Gizlilik*, biri ya da bir kurum hakkındaki bilgilerin saklanmasıyla ilgilidir ve gizliliği tehdit eden iki unsur bulunmaktadır. Bunlardan biri, bilgi teknolojilerinin gelişmesi, diğeri ise bilginin değerinin artmasıdır. Bu iki unsur göz önüne alındığında bilgi teknolojilerindeki hızlı gelişmenin ve yaygın kullanımın, bilgiye ulaşmayı kolaylaştırmasının yanı sıra doğru bilgiye ulaşmayı zorlaştırdığı söylenebilir. Bu durum beraberinde doğru bilginin değerini artırmaktadır. *Doğruluk*, bireylerin özellikle kendileriyle ilgili bilgilerin doğruluğunu kontrol etme haklarıyla ilgilidir (Mollavelioğlu, 2003). Yaşamsal önem taşıyan zamanlarda, bireylerle ilgili yanlış bilgi, özellikle de güç ve otoritenin elindeyken insanların hayatlarını oldukça karmaşıklştırabilmektedir (Mason, 1986). Bilgi teknolojilerinin yaygın kullanımı göz önüne alındığında, istenilen bilginin istenildiği gibi sunulabilmesi doğruluk açısından önemli riskler doğurabilmektedir. Bilgi teknolojilerinin yaygınlığının beraberinde getirdiği bir başka etik sorun olan *fikri mülkiyet* ise sahiplik ile ilgilidir (Odabaşı ve Uysal, 2007). Bilgi teknolojilerinin yayılmasıyla, üretilen bilginin orijinaline hiçbir zarar vermeden, aynen kopyalanması ve paylaşılması kolaylaştığı ve bu nedenle bilginin korunması zorlaştığı için fikri mülkiyete ilişkin etik ihlal yapma daha kolay bir hal almıştır. Aynı zamanda bilgi teknolojilerinin bu denli yayılması beraberinde bilgiye erişimi de kolay hale getirmiştir. Bilgi üretiminin bir maliyeti olduğu göz önüne alındığında, bilgiye erişimin de bir bedeli olması gerekmektedir. Bu şekilde doğru kaynaktan bilgiye erişim sağlanırken aynı zamanda fikri mülkiyet haklarına da saygı gösterilmiş olunacaktır (Mason, 1986).

Mason (1986) tarafından ortaya konan etik çerçeve 2006 yılında yeniden değerlendirilmiştir (Peslak, 2006). Bu değerlendirme sonucunda PAPA (Privacy, Accuracy, Property, Accessibility) çerçevesinde etik davranmaya yaşın bir etkisi olmadığı, kadınların gizlilik ve fikri mülkiyet konusunda erkeklere göre daha etik davranışlar sergiledikleri, öğrenciler ile çalışanlar arasında ise etik davranış açısından bir fark ortaya çıkmadığı belirtilmiştir. Ayrıca çalışmada Mason (1986) tarafından ortaya konan etik çerçeve tekrar doğrulanmış ve tüm ilkeler büyük öneme sahip olmasına rağmen etik bilgisayar kullanımı için etik ilkelerin sıralanmasında gizliliğin en önemli etik ilke olduğu, erişim ve fikri mülkiyetin ikinci sırada yer aldığı doğruluğun ise üçüncü sırada yer aldığı belirtilmiştir.

Mason (1986) tarafından ortaya konulan çerçeveden farklı olarak Namlu ve Odabaşı (2007) ise geliştirdikleri bilgisayarda etik olmayan davranışlar ölçeğinde, bilgisayarda etik olmayan davranışlara yönelik beş boyut ortaya koymuşlardır. Çalışmada bu boyutlar, lisanssız yazılım kullanma, crack programları kullanma vb. durumları kapsayan fikri mülkiyet, sanal ortamda başkalarını rahatsız etmek veya şantaj yapmak gibi durumları kapsayan sosyal etki, virüs içeren mail göndermek, başkasının bilgisayarını hacklemek gibi durumları içeren güvenlik ve kalite, başkasına ait yazılımları kullanmak gibi durumları kapsayan bilgi doğruluğu ve reklam amaçlı veya finans amaçlı mail yapmak vb. durumları kapsayan ağ doğruluğu şeklinde belirtilmiştir. Cinsiyetin, bölümün ve bilgisayar kullanım deneyiminin bilgisayarın etik kullanımına etkisi araştırıldığı çalışmalarında ise Akbulut, Uysal, Odabaşı ve Kuzu (2008) cinsiyetin bilgisayarı etik kullanım üzerine etkisi görülmüş, erkeklerin kız öğrencilere göre bilgisayar kullanımında etik olmayan davranışları daha fazla sergileme eğiliminde oldukları belirtilmiştir. Araştırmada diğer değişkenlerin tek başına bir etkisi bulunmamış ancak değişkenlerin etkileşim etkisi incelendiğinde ise, cinsiyet ve bölümün etkileşiminin de bilgisayar kullanımındaki etik olmayan davranışlar üzerine etkisi belirlenmiştir.

Beycioğlu (2009) öğretmen adaylarının etik olmayan bilgisayar kullanım durumlarını incelediği çalışmada öğretmen adaylarının etik olmayan davranışlarını cinsiyet, bölüm ve bilgisayar kullanım deneyimi açısından incelemiştir. Araştırma sonucunda cinsiyet açısından bakıldığında erkeklerin kızlara göre daha fazla etik ihlali yaptığı belirlenmiştir. Etik olmayan davranışlar ölçeğin alt boyutları açısından incelendiğinde sosyal etki, güvenlik ve kalite ve bilgi bütünlüğü boyutlarında cinsiyet değişkeni açısından farklılık görüldüğü belirtilmiştir. Bir başka değişken olan bölümler açısından incelendiğinde bölümlerin etik ihlali açısından farklılık gösterdiği, bu farklılığın fikri mülkiyet, ağ bütünlüğü ve bilgi bütünlüğü boyutlarında olduğu görülmüştür. Etik ihlaller açısından bilgisayar deneyiminin etkisi incelendiğinde ise bilgisayarı daha uzun zamandır kullanan bireylerin etik ihlalleri daha fazla yaptığı ortaya konmuştur.

Yapılan araştırmalarda bilgisayarda etik olmayan davranışların farklı değişkenler açısından incelendiği görülmektedir. Bilgisayar etiği, bilgisayar teknolojilerinin

gelişmesiyle hala önemli ve üstünde durulması gereken kavramlardan biri olsa da, internetin yaygın kullanımı ile beraberinde bilgisayar etiğinin farklı bir alt boyutunu ortaya çıkarmıştır (Akbulut, Şendağ, Birinci, Kılıçer, Şahin ve Odabaşı, 2007). Bilgisayara ilişkin etik sorunlar devam ederken, internet, sunduğu olanakların yanı sıra beraberinde bilgisayar etiği dışında farklı sorunlar da getirmiştir. Böylece bilgisayar etiği kavramından daha fazla özelleşmiş internet etiği kavramı ortaya çıkmıştır.

İnternet Etiği

Bilgisayarların pek çok ortamda kullanılıyor olması ve bireylerin internet kullanımlarının geçmişe oranla daha üst seviyede olması, bilgisayar kullanırken sergilenmesi gereken etik davranışlara bir de internet ortamında sergilenmesi gereken etik davranışları getirmiştir. Bu noktada yeni bir kavram olarak karşımıza çıkan internet etiği, çevrimiçi ortamlarda uygun davranma kuralları olarak tanımlanmaktadır (Shea, t.y.). Gerek kullanım boyutundan gerekse araştırma boyutundan bakıldığında, internetin yaygınlaşması başkasına ilişkin bilgileri aynen ve kolaylıkla kullanılmasına olanak vermektedir. İnternetin yaygın kullanımıyla daha da kolaylaşan akademik sahtekarlık ile ilgili olarak Akbulut ve diğerleri (2007) internete bağlı akademik sahtekarlığın boyutlarını, başkasının yayınına yayınlama ya da kasıtlı olarak yanlış alıntı yapma gibi durumları kapsayan sahtekarlık; yazarından habersiz ya da alıntı yapmadan kaynak kullanma gibi durumları içeren aşırı macılık; alıntı yaparken içeriği değiştirme gibi durumları içeren, uydurma; aynı ödevi farklı derslere verme gibi durumları içeren kötüye kullanma ve ödev satma veya başkasının ödevini yapma gibi durumları içeren yetkisiz yardım olarak belirlemiştir. Araştırmacılar aynı zamanda yaptıkları çalışmada e-sahtecilik yapılma nedenlerini araştırmış ve bu nedenleri sıkıcı ödevler, ödevleri aceleyle yapma gibi durumları içeren bireysel faktörler; öğretmenin bu duruma göz yumması gibi durumları kapsayan kurumsal politikalar ve karşı cinse gösteriş yapmak gibi durumları içeren akran baskısı olmak üzere üç boyut altında toplamıştır.

İnternette etik davranışlar sergilemeyi etkileyeceği düşünülen farklı etkenlerden bahsedilmektedir. Bu faktörlerden birinin de kişilik özellikleri olduğu düşünülebilir. Karim, Zamzuri ve Nor (2009) tarafından üniversite öğrencileri ile yapılan çalışmada,

üniversite öğrencilerinin akademik ortamda interneti etik olmayan şekilde kullanmaları ile beş önemli kişilik özelliği arasındaki ilişki incelenmiştir. Araştırma sonucunda uzlaşmacılık ile kötüye kullanım, vicdan ile kötüye kullanım, aşırı macılık ve sahtekarlık, duygusal denge ile aşırı macılık arasında zıt yönlü anlamlı bir ilişki olduğu ortaya konmuştur. Araştırmada dürüstlük ve uzlaşmacılığın internette etik olmayan davranışların en önemli yordayıcıları olduğu ancak dışa dönüklük ve açık fikirli olmanın internette etik olmayan davranış sergilemekle ilişkili olmadığı görülmüştür. Lau ve Yuen (2014) ise çalışmalarında cinsiyetin ve sosyo ekonomik değişkenlerin öğrencilerin internetteki etik davranışlarına etkisini incelemişlerdir. Çalışmada etik olmayan davranışlardan yetkisiz hareketler, yapışkanlık ve aşırı macılık davranışları incelenmiştir. Araştırma sonunda erkek öğrencilerin kız öğrencilere göre ve düşük sosyoekonomik düzeye sahip öğrencilerin de yüksek sosyoekonomik düzeydeki öğrencilere göre daha fazla etik olmayan davranış sergileme eğiliminde oldukları ortaya konmuştur.

İnternetin yaygınlaşmasıyla önceleri sadece e-posta veya sohbet odalarıyla başlayan iletişim, Web 2.0 ile birlikte yaygınlaşan uygulamalarla yerini başka uygulamalara bırakmıştır. Web 2.0' ın kullanılan en yaygın uygulamalarından olan sosyal ağ uygulamaları, beraberinde internet etiği dışında birbirinden ve web 2.0'dan önce kullanılan sürümlerden farklı olan sosyal ağlardaki davranışlara ilişkin etik kaygıları gündeme getirmektedir. Sosyal medya etiği olarak adlandırılan etiğin bu alt kavramından bahsetmeden önce, sosyal medya sitelerinden ve uygulamalarından bahsetmek, kavrama ilişkin daha doğru bilgi aktarımı için gereklidir.

Sosyal Medya

Çok sayıda ve pek çok amaç için kullanılabilir olan ve kullanıcıların kendi ilgileri doğrultusunda kullanmayı seçtikleri sosyal medya siteleri pek çok insanın günlük yaşantılarının bir parçası haline gelmiştir. Pek çok tanımı olmakla birlikte sosyal medya Boyd ve Ellison (2008) tarafından, belirli sınırları olmakla birlikte kullanıcıların kendi istekleri doğrultusunda erişilebilirliklerini ayarlayabildikleri kullanıcı profili oluşturmalarına, paylaşım yapmalarına ve yapılan paylaşımları takip etmelerine olanak

veren, Web tabanlı servisler olarak tanımlanmışlardır. Tüm sosyal medya siteleri, herkesin kullanımına açık olmakla birlikte kullanıcıların hangi sosyal medya sitesini kullanmayı tercih edecekleri aslında onların hangi amaçla sosyal medya sitesi kullanacaklarıyla ilişkilidir.

Genel olarak sosyal medya kullanım amacı yabancılarla tanışmak olmasa da, kullanıcılar bir süre sonra ortak amaçlar ya da ilgiler doğrultusunda gerçek hayatta tanımadıkları, sadece çevrimiçi ortamda tanıştıkları pek çok insanla arkadaşlık kurmaktadır. Lenhart (2015) %57' si sosyal medya ya da çevrimiçi oyunlar sayesinde arkadaş edinen 13-17 yaş grubundaki bireylerin %64'ünün sosyal medya aracılığıyla yeni arkadaşlar edindiğini belirtmiştir. Bu durum aslında sosyal medya hesapları oluşturulurken hesap sahibinin pek çok soruyu yanıtlayarak kendisini tanımlaması, ilgi ve amaç gibi o ortamda bulunma sebebini belirtmesiyle daha kolaylaşmaktadır (boyd ve Elison, 2008)

Yaygın olarak kullanılan sosyal medya siteleri göz önüne alındığında, genelde hepsi aynı amaca hizmet etse de özellikle bazı sosyal medya sitelerinin bazı yönleriyle daha fazla ön plana çıktığını söylemek mümkündür. Örneğin sosyal medyada resimlerle var olmak isteyen kullanıcılar Instagram kullanmayı tercih ederken, daha çok kendi görüşlerinin yazılı olarak ifade etmek isteyenler ise Twitter'ı tercih etmektedir. Bu durum göz önüne alındığında sosyal medya etiğine ilişkin yapılabilecek etik dışı davranışlar da temelinde benzer olsa da sosyal medya sitelerinin sunduklarına göre farklılık göstermektedir. Bu nedenle sosyal medya etiğinden önce sık kullanılan sosyal medya siteleri bu sitelerin kullanıcılara sunduğu olanaklara değinmekte fayda vardır.

Facebook, 2004 yılında kullanıcıların hayatına girmiş ve sosyal medya sitelerinin arasında yaklaşık 1 milyar 590 milyon kullanıcısıyla en çok kullanıcıya sahip sosyal medya sitesidir (Constine, 2016). İlk sosyal medya sitesi olmamasına karşın, “sosyal medya” kavramının özellikle ülkemizde bu siteyle birlikte yayıldığını ve popüler hale geldiğini söylemek mümkündür. Zamanla pek çok özelliği değişip, kullanıcılarına farklı seçenekler sunmakla birlikte, hala en büyük sorununun erişime dair olduğunu söylemek mümkündür. Facebook takipten ziyade arkadaşlık esasına dayalı olarak çalışan bir sosyal medya sitesi olduğu için, kullanıcılarına karşılıklılığı zorunlu kılmaktadır. Bu nedenle de kimi zaman erişim konusunda, özellikle de gizlilik

ayarlarına ilişkin yeterli bilgiye sahip olmayan kullanıcılarda, sorunlara yol açabilmektedir. Ayrıca gizlilik açısından en büyük zaafının hala değiştirilmemiş olan, kullanıcı hesabının kendiliğinden herkese açık işletilmeye başlaması olduğu söylenebilir. Hem bu nedenlerden dolayı hem de çok geniş kitleler tarafından kullanılıyor olması farklı insanlara erişim anlamında kullanıcılara avantaj sağlarken, kimi zaman etik konusunda sorunlara yol açabilmektedir.

2005 yılında kurulan **Youtube**, başlarda sosyal medya özelliği ile değil video yükleme ve izleme sitesi olarak yaygınlaşmıştır. Youtube kullanıcılarına sağladığı forum ile onların birbirleriyle bağlantı kurmalarına, bilgi edinmelerine, başkalarına ilham vermelerine olanak sağlayan evrensel bir platform sunmaktadır (Youtube, t.y.). Video altına yapılabilecek olası yorumlar düşünüldüğünde erişim ve fikri mülkiyet anlamında etik dışı durumlara açık görülmekte, özellikle telif hakları konusunda oldukça hassas davranıldığı ve bu nedenle de fikri mülkiyete önem verdiğini söylemek mümkündür. Kişilerin site içindeki videoları izlemek için üye olmalarının zorunlu olmadığı site, halen pek çok insan tarafından sosyal medya sitesinden çok video oynatım sitesi olarak bilinmektedir.

Twitter, Facebook'tan kısa bir süre sonra 2006 yılında açılmış, kullanıcıların 140 karakter kullanarak "tweet" adı altında paylaşım yapmalarına olanak sağlayan bir sosyal medya ve mikroblog sitesidir (Odabaşı, Mısırlı, Günüş, Şahin-Timar, Ersoy, Som, Dönmez, 2012 ; Pittman ve Reich, 2016). Aslında platform olarak metin girmeye uygun olsa da Twitter, paylaşılan linkler sayesinde farklı haber kaynaklarına ulaşmaya, sıklıkla tercih edilmemekle birlikte fotoğraf paylaşımına olanak sağlamaktadır. Her ne kadar sosyal medya sitesi olarak 140 karakterde ileti yazılmasına uygun olsa da çeşitli ek uygulamalar kullanılarak 140 karakterin artırılması da mümkündür. Ayrıca Twitter'ın getirdiği bu karakter sınırlamasının kullanıcıların daha dikkatli ve düşünerek ileti paylaşmasına sebep olabileceği, bu durumun da dolaylı yoldan da olsa daha etik davranmaya sebep olacağı düşünülebilir. Gizlilik ve erişim açısından düşünüldüğünde Twitter'ın karşılıklı takibi zorunlu kılmayarak (Brian, Blake, Agarwal, Wigand ve Wood, 2010) kullanıcıların tercihlerine Facebook'a göre biraz daha önem verdiğini söylemek mümkündür.

Tumblr 2007 yılında kurulmuş ve çalışma sistemi blog şeklinde olmasına rağmen kullanıcılarının birbirleriyle etkileşimliliği ve kullanıcıların paylaşabildikleri açısından bakıldığında aynı zamanda bir sosyal medya sitesidir. Bu sosyal medya sitesini diğer sosyal medya sitelerine göre öne çıkaran en önemli noktanın yapılan fotoğraf ve video paylaşımlarının yanı sıra blogların sağladığı ancak diğer sosyal medya sitelerinin bir kısmında sınırlanmış olan metin paylaşımına her hangi bir sınırlama getirmemiş olmasıdır.

2008 yılında Google tarafından hizmete sunulmuş olan **Google+** kullanıcıların birbirleriyle iletişim kurarak oluşturarak “çevre” adı verilen bir ağ oluşturmaları şeklinde bir yapılanmaya sahiptir (Kuzu, 2012). Diğer sosyal medya sitelerinde olduğu gibi Google+’da da kullanıcılar fotoğraf ve bilgi yayımlayabilmektedir. Kullanıcılar kendi profillerinin gizlilik ayarlarını sosyal medya sitelerinden Facebook’takine benzer şekilde yapabilmektedir.

Kullanıcılara buldukları yer ile ilgili bildirim yapmak ve gerçek zamanlı konum paylaşımı amacıyla ortaya çıkmış bir sosyal medya sitesi olan **Foursquare**, 2009 yılında kurulmuştur (Foursquare, t.y.). Ancak sonrasında aynı ekip 2014 yılında **Swarm** adında yeni bir uygulama ortaya koyarak bir önceki uygulamadaki bazı özellikleri bu uygulamaya aktarmıştır. Geçiş aşamasının ardından aynı ekip tarafından hazırlanan bu iki uygulamadan Foursquare sadece mekan aramak için, Swarm ise yer bildirimini yapmak için kullanılmaktadır (Erdoğan, 2014). Her iki uygulamaya etik açıdan bakmak gerekirse özellikle doğruluk açısından etik sorunlara yaşamaya uygun sosyal medya uygulamaları olduğu fark edilmektedir.

2010 yılında kullanıma açılan **Instagram**’ın temel amacı fotoğraf paylaşımı olmakla birlikte 15 saniye gibi sınırlı bir süreliğine de olsa video paylaşımına izin veren bir sosyal medya sitesidir. Günümüzde video paylaşım 60 saniyeye çıkmış olmasına rağmen sınırlılığı devam etmektedir. Instagram’da paylaşılan fotoğrafların altına yazılan yazılar ve kullanılan etiketler olarak Twitter’in metinsel yönünü aldığı düşünülebilecek olsa da karakter sınırının olmaması ve resim ile metnin aynı anda paylaşılabilirliği olmasının Twitter’den en büyük farkı olduğu söylenebilir. Kullanıcılar kendi gizlilik ayarlarını diledikleri gibi değiştirebilmekle birlikte, Twitter’a benzer şekilde arkadaşlık

ya da takipte karşılıklılığın olmaması erişim ve gizliliğın korunması açısından önemli bir avantajdır.

2011 yılında kullanıcılara açılan *Snapchat* akıllı telefonlar için geliştirilmiş olup, kullanıcıların anlık fotoğraf ya da video paylaşımları yapabildiğı, sosyal medyada her şeyin kayıt altına alınmasının karşılığı olarak geliştirilmiş bir sosyal medya uygulamasıdır (Aksoy, 2015) .Bu uygulamayı diğer sosyal medya sitelerinden ve uygulamalarından ayıran en büyük özellik kullanıcıların yükledikleri video ya da fotoğraflar en fazla 10 saniye görüntülenebiliyorken, 24 saat içinde tamamen kullanıcı profilinden silinmektedir. Bu durum nasılsa silinecek güdüsüyle etik olmayan paylaşımlar yapılabilmesinin önünü açarken, kayıt altına alınamamasıyla da erişime ilişkin etik dışı davranışların önüne geçmektedir. Her ne kadar ekran görüntüsü alınmasının önüne geçilememiş olsa da en azından uygulama tarafından paylaşılan gönderinin ekran görüntüsünün alındığı kullanıcılara iletilmekte, böylelikle belirli ölçüde bu durumun önüne geçilebilmektedir.

Yaygın kullanılan sosyal medya siteleri göz önüne alındığında her sitenin sahip olduğu özelliklerin ve kullanıcılara sunduklarının farklılaştığı görülmektedir. Bu özellikleri göz önüne alındığında sosyal medya etiğı açısından sitelerde ya da uygulamalardaki olası etik dışı davranışların da farklılaştığı ortaya çıkmaktadır. Ancak her bir sosyal medya sitesine ilişkin etik davranış tanımlanmasından çok sosyal medyadaki etik davranışlara ilişkin sosyal medya etiğı üzerinde durulmasının daha önemli olduğu düşünölmektedir.

Sosyal Medya Etiğı

Sosyal medya, muhabirlerin bilgi toplama ve yayınlama yolunu, halkla ilişkiler bölümünün haber temin etme yolunu, dinleyicilerin bilgi toplama yolunu ve halk ile kurumların iletişiminin doğasını dönüştürmüştür (Bowen, 2013). Sosyal medya, büyük çoğunluğu internet tabanlı olan teknolojik araçlar ile sosyal etkileşimde bulunmak için kullanılan şemsiye bir terimdir. İçeriğında, bloglar, forumlar, webcastler ve Facebook, Twitter, LinkedIn, Google Plus gibi sosyal medya sitelerini içerir içerir. Geleneksel

medya ile karşılaştırıldığında, hız ve kapsam anlamında oldukça farklıdır. Sosyal medyada bir ileti yayımlandığında anında tüm kullanıcılarla paylaşılmış olmaktadır. Bu durum göz önüne alındığında ücretsiz olmasının bir getirisi olarak çok fazla kullanıcısı olması büyük risklerinden biri olarak görülebilir. Çünkü bu kadar çok kullanıcıya sahip olması demek paylaşılan iletinin ne kadar çok insan tarafından erişilebilir olduğunun da bir habercisidir. (Institute of Business Ethics [IBE], 2011)

Sosyal medya bireyler tarafından iletişim, bilgi paylaşımı, araştırma, zaman geçirme gibi pek çok amaçla kullanılmaktadır. Sosyal medyanın yaygın kullanımı hem yazılı ileti olarak hem de paylaşılan fotoğraf olarak pek çok uygunsuz içerik paylaşımını da beraberinde getirmektedir. Günlük hayatta uygunsuz bir davranışı görüldüğünde eleştiriye maruz kalacak olan gençler sosyal ağ sitelerinde daha rahat davranmaktadırlar. Ancak sosyal ağ sitelerinde tam anlamıyla kontrol etmek mümkün değildir çünkü bu ortamlar bireylere çevrelerini kendi istedikleri şekilde yapılandırabilmelerine olanak sağlamaktadır. Bireyler gerçek hayatta kuramadıkları ve ortak ilgi alanları olan kişilerle dolu sosyal hayatı aradaki mekan farklılıklarını ortadan kaldırarak sosyal ağ siteleri ile kurabilmektedirler (Citron ve Norton, 2011; Young, 2011).

Yeni medyanın ve sosyal ağların kullanımının, toplum, kültür ve politikalar için sosyal kimlik, gizlilik, sanal gerçekliğin yanlış kullanımı gibi bazı çıkarımları vardır (Eid ve Ward, 2009). Daha da önemlisi, en öncelikli amaçları bilgi paylaşmak olan sosyal ağ sitelerinin kullanımına ilişkin etik olarak sabit bir kural dizisi bulunmamaktadır (Parrish Jr., 2010). Rheingold (1993) çevrimiçi sosyal ağlarla ilgili bazı etik sorunları, gizlilik hakkı, internet bağımlılığı, nasıl bir sosyal ağ kuralı oluşturulacağı, fikri mülkiyet hakları, kişisel kimlik şeklinde sıralamıştır. Günümüzde Twitter, Facebook, MySpace vb. gibi sosyal ağ siteleri bireylerin şimdiye kadar hiç olmadığı kadar bilgi yayınlamasına ve paylaşmasına izin vermektedir. Ayrıca bu sitelerin mobil araçlar tarafından da destekleniyor olması bu şekilde bilgi yaymaya ve bilgiye ulaşmaya imkan sağlamaktadır (Parrish Jr., 2010).

Web 2.0 uygulamalarının yaygınlaşmasıyla birlikte doğru ve geçerli bilgiye ulaşma daha önemli hale gelmiştir. Özellikle Web 2.0 içeriklerinin kullanıldığı araştırmalarda paylaşılan bilgilerin başka bir yerde paylaşılmadığından, başkasının

bilgisi dahilinde paylaşıldığından emin olması oldukça önemlidir. Bu durum aynı zamanda Mason (1986) tarafından ortaya konulan gizlilik ilkesi ile de ilintilidir. Ayrıca sosyal ağ siteleri ile ilgili yapılan bir başka etik ihlal ise bu alanda yapılan araştırmalarda kullanılan kime ait olduğu belirli olmayan bilgilerin kullanılmasıdır (Rooke, 2013). Bu durumun ise fikri mülkiyet ilkesinin ihlali ile ilgili olduğu söylenebilir.

Günümüzde sosyal ağların iletişim amaçlı olarak da sıkça kullanıldığı göz önüne alınırsa, bireylerin sosyal ağ üzerinden birbirlerine yazdıklarından kendilerini yeterince sorumlu hissetmemeleri önemli bir problem teşkil etmektedir. Yüz yüze iletişimde uygun olmayan davranışlarda bulunulduğunda, sonuçları ve kişilerin tepkileri anında görülebilirken, araya sanal ortamlar girdiğinde bireyler yaptıkları davranışa ilişkin karşısındaki kişinin tepkilerini anlık göremedikleri için davranışlarından daha az sorumlu olduğunu hissetmektedirler (Gearhart, 2001). Her ne kadar özel alan olduğunu düşünülse de sosyal medya üstünden kurulan iletişimin özel olmadığı söylenebilir. Dolayısıyla kiminle iletişim kuruluyor olunursa olunsun hassas konularda daha titiz davranmak çeşitli sıkıntıların önüne geçilmesinde önemlidir. Ayrıca kimi sosyal ağ servislerinin birlikte çalıştığını unutmamak ve birinde paylaşılan bilginin diğerinde de yer alacağını hatırlamak olası sıkıntıların önüne geçilmesi için gereklidir. Bu durum beraberinde, daha sosyal ağ servislerine kullanıcı profili oluştururken dikkat edilmesi gerekliliğini getirmektedir (Walker, 2012). Ayrıca sosyal ağ siteleri üstünden yapılan paylaşımlarda bireyler her ne kadar kendi özel alanlarında paylaşım yaptıklarını düşünseler de yapılan paylaşımlar başkalarını etkileyebilmektedir. Bireyler sosyal ağları tamamıyla kendi özel alanları olarak görmekte ve paylaştıkları fotoğrafların, yazdıkları iletilerin, herhangi bir olumsuz sonuç doğurma ihtimalleri üzerinde durmamaktadırlar (Walther, Van Der Heide, Kim, Westerman, Tong, 2008). Bu durumda da farkında olmadan çevresindeki insanlara hatta tanımadıkları üçüncü şahıslara zarar verebilmektedirler.

Sosyal ağlarda bireyler başkalarına karşı çeşitli etik ihlallerde bulunsalar da söz konusu kendi özel bilgilerinin gizlilikleri olduğunda bu gizliliğin korunması konusunda çeşitli endişeler taşımakta ve tepki göstermektedirler (Sweney ve Gosder, 2006). Bu nedenle, sosyal ağları kullanırken, etik konusu sürekli akılda tutularak, bireylerin sadece

kendilerine karşı değil, etraflarındakilere karşı da etik davranmaları gerekmektedir. Genel olarak bakıldığında sosyal ağ sitelerinde aldatma (bilerek doğru olmayan bilgi verme), kendini farklı biri gibi tanıtmaya ve iftira gibi durumlara daha fazla dikkat edilmesi gerekmektedir (Sweney ve Gosden, 2006). Yılmaz (2012) tarafından üniversite öğrencileriyle yapılan bir çalışmada, öğrencilerin sosyal medya ortamlarında mahremiyet-kamusal alan ilişkisini nasıl algıladıkları incelenmiştir. Çalışmada elde edilen bulgularla katılımcıların büyük çoğunluğunun (%67'si) "sosyal medya ahlaki değer yargıları ve etik ilkelerin zayıfladığı bir iletişim ortamıdır" yargısına katıldığı ortaya konmuştur. Araştırmaya katılan öğrencilerin genelinde aktif olarak sosyal ağları kullandıkları göz önüne alındığında bu sonucun daha çarpıcı olduğu düşünülebilir. Ayrıca katılımcıların %57'sinin sosyal medyayı bir gözetleme ve kontrol ortamı olarak görmesi de yine bu araştırmadan elde edilen bulgulardandır. Aslında bu bulgu detaylı düşünüldüğünde, gözetlemeyi yapan kişi açısından önemli etik sorunlar olduğunu göstermekle birlikte gözetlenen kullanıcı açısından her ne kadar özel alanları olsa bile dikkatli davranılması gerektiğini destekler niteliktedir. Christofides, Muise ve Desmarais (2009) tarafından yapılan çalışmada ise lisans öğrencilerinin Facebook kullanımları incelenmiştir ve öğrencilerin genele göre Facebook'ta kendilerine ilişkin daha fazla bilgi paylaştıkları ancak gizlilik ve kontrolün önemli olduğu ortaya konmuştur. Ayrıca bireylerin genellikle popülerlik adına kişisel bilgi paylaşımında buldukları da belirlenen sonuçlar arasındadır. Çevrimiçi ortamlarda paylaşılan bilgiler ile birey kendine istediği gibi bir kimlik oluşturmaktadır. Bu ortamlarda bireylerin sadece paylaşmak istediklerini paylaşarak kendilerini olmak istedikleri kişi haline getirmeleri daha kolaydır. Bu durumda doğru bilgilerin verilmemesi gibi bir durum söz konusu olduğu için etik olmayan şekilde davranılmasının sosyal ağlarda daha kolay olduğu söylenebilir.

İnternet doğası gereği bir takım etik sorunları beraberinde getirmektedir. Bu sorunlar en çok gizlilikle ilgili olmakla birlikte (Stutzman, 2006 ve Barnes, 2006) aslında internetin sağladıklarının doğru kullanılmamasıyla gerek doğruluk, gerek fikri mülkiyet gerekse erişim konularında da etik sorunlar sıklıkla ortaya çıkmaktadır. Bilgi çağında etik davranışlara ilişkin Mason (1986) tarafından ortaya atılan PAPA ilkeleri, içerikleri farklılaşsa da genel çerçeve olarak sosyal ağlarda etik davranışlar konusunda da yön gösterici niteliktedir. Parrish Jr. (2010) yaptığı çalışmada İran seçimleri ve

İran'daki savaş sırasında sosyal ağ sitelerinde paylaşılan bilgileri Mason (1986) tarafından ortaya konulan PAPA çerçevesinde incelemiştir ve sosyal ağ sitelerinde bilgi paylaşan ve tüketenler için ilkeleri içeren bir rehber ortaya koymaya çalışmıştır. Günümüzde bilgisayar etiği için hala önemli olan gizlilik, doğruluk, fikri mülkiyet ve erişim ilkelerinin sosyal ağların yaygınlaşmasıyla birlikte bu çerçevede değişime uğraması gerekmektedir. Yapılan çalışmada bu ilkelerin isimlerinin değiştirilmesinden çok içeriklerinin sosyal ağ sitelerinin kullanımına uygun olacak şekilde öneriler getirilmiştir. Bu önerilere göre;

1. Gizlilik: Sosyal ağ sitelerinde bilgi paylaşırken sadece bir kişiye ilişkin bilgilere ilişkin gizlilik değil, paylaşılan bu bilgi ile ilgili diğer kişilere ilişkin gizlilik de önemlidir.
2. Doğruluk: Sosyal ağ sitelerinde bilgi paylaşırken, birey bilgiyi paylaşmadan onun doğruluğunu garanti altına alma sorumluluğundadır.
3. Fikri mülkiyet: Kullanıcılar sosyal ağ sitelerinde daha sonra tekrar düzenlemek ya da silmek isteyecekleri bilgiyi ve başkalarına ilişkin, başkalarının üretimi olan bilgiyi izinsiz paylaşmamalıdır. Sonrasında paylaşılan bilginin tamamıyla silinmesi ya da düzenlenmesi olanaklı olmayabilir.
4. Erişim: Paylaşılan bilginin başka kişi ya da programlarca erişimine izin verme sorumluluğu sosyal ağ sitesi kullanıcısının sorumluluğundadır.

Mason (1986) tarafından ortaya konan ve Parrish Jr. (2010) tarafından sosyal medya kavramı bünyesinde altında tekrar yorumlanan bu boyutlara ilişkin etik sorunlar çok dikkat çekmiyor olsa da sıklıkla karşımıza çıkmaktadır.

Özel yaşamın gizliliği hakkı görsel-işitsel malzeme paylaşımı, etiketleme özelliğinin kullanımı veya sosyal medya ortamlarındaki içeriğin izinsiz aktarılması gibi çeşitli şekillerde ihlal edilebilmektedir (Binark ve Bayraktutan,2013). Bahsedilen üç durum da sosyal medya kullanıcılarının çoğunluğunun yaptığı etik dışı davranışlardır. Kullanıcılar, başkalarına ait fotoğrafların izinsiz paylaşımıyla özel hayatların gizliliğini ihlal etmiş olurken, etiketleme kullanarak çok masun görünen bu davranış ile konum bilgisi ve kiminle oldukları gibi kişiye özel bilgileri farklı insanlarla paylaşmanın da ötesinde kendisi dışındaki üçüncü bir şahsın erişilebilirliği konusunda da etik ihlal yapmaktadır. Ayrıca sosyal medya üzerinden kurulan gruplarda paylaşılan iletiler ya da

kişilerin birbirlerine yazdıkları yorumların başka gruplarda fotoğraf şeklinde de paylaşıldığı sıklıkla rastlanan bir durumdur. Bu durumda da yine üçüncü şahısların hem özel hayata ilişkin gizlilikleri hem de fikri mülkiyet hakları ihlal edilmiş olmaktadır. Sosyal medya sitelerindeki gizlilik ayarlarına ilişkin sosyal medya sitelerinin birbirinden farklı sunduğu imkanlar olduğu görülmektedir. Örneğin LinkedIn, kullanıcılara belirli bir ücret karşılığında başkalarının paylaştıklarına erişebilme şansı verirken, MySpace hesap oluşturma aşamasında kullanıcıya, herkese açık ya da sadece kullanıcının kendi arkadaşları tarafından görüntülenecek profiline ilişkin ayarları yapma izni vermektedir (boyd ve Elison, 2008). Facebook ise bu konuda farklı bir yaklaşım izlemekte ve kullanıcı hesapları hesabın oluşturulması aşamasında kendiliğinde herkese açık oluşturulmaktadır. Ancak sonrasında kullanıcının hesabının görünürlüğünde “sadece arkadaşlarım”, “arkadaşlarımın arkadaşları” gibi farklı ayarlar yaparak hesabın gizlilik ayarlarının yapılmasına izin vermektedir (Acquisti ve Gross, 2006).

Fikri mülkiyet açısından sosyal medya incelenecek olduğunda, sosyal medyada yapılan paylaşımların kamusallaştırıldığı ve anonimleştirildiği en yaygın görülen fikri mülkiyet ihlali olarak karşımıza çıkmaktadır (Binark ve Bayraktutan, 2013). Bu durum, her hangi birinin yazdığı bir sözü, kullanıcının kendisi yazmış gibi göstermesi kadar basit algılanmamalıdır. Kimi zaman kaynak gösterilerek bu sorunun önüne geçileceği düşünülse de enformasyonu üreten açısından düşünüldüğünde tek başına kaynak gösteriminden çok, paylaşım için izin almak bu noktada daha öncelikli ve önemlidir.

Sosyal medyada sıklıkla karşılaşılan bir başka etik konu olan doğruluğa ilişkin içeriğin tamamlanmadan ve doğruluğu teyit edilmeden yayınlanması, yanıltıcı etiketleme yapılması, çağın getirdiği hız olgusu sebebiyle ana kaynağa ulaşamama ve dolayısıyla erişilen bilgiyi teyit edememe ve trolleme da trolleme olgusu olarak karşımıza çıkmaktadır (Binark ve Bayraktutan, 2013).

Mason (1986) tarafından ortaya konan boyutlardan sonuncusu olan erişime ilişkin etik dışı davranışlar sıklıkla izinsiz etiketleme olmaktadır. Gerek internet gerekse sosyal medya zamandan ve mekandan bağımsız olarak kişileri bir araya getiriyor ve ilgi alanlarıyla ilgili gerçek hayatta ulaşılması güç kişi ve bilgilere erişmeyi olanaklı hale getirmektedir. Ne var ki, bu durum hem onayları dışında üçüncü şahıslara erişimi hem

de aslında paylaşılması istenmeyen bilgi ve belgelerin paylaşılarak onlara erişimin sağlanması açısından etik dışı durumlara sebebiyet verebilmektedir. Sosyal medya sitelerinin bir zaman çizelgesi şeklinde kullanıcıya dair bilgileri tutması ve bu bilgilerine farklı kurumlarca ulaşılabilme ihtimali de yine erişimle ilgili bir etik sorun olarak karşımıza çıkmaktadır (Henderson, Auld ve Johnson, 2013)

Mobil araçların yaygınlaşmasıyla sosyal medyaya erişim daha da yaygın ve kolay hale gelmiştir. Ancak bu durum beraberinde gizlilikle ilgili bazı etik ihlalleri de kolaylaştırmıştır. Bu araçlar sayesinde resim, video, yorum ya da bunların hepsinin bir arada bulunduğu iletiler anında paylaşılabilir. Bu paylaşım sırasında anonimlik ön planda olduğu için bireyler, başkalarının gizlilik haklarına karşı saygılı davranmak konusunda etik davranmayı göz ardı edebilmektedir. Sosyal medyada paylaşılanların yayılma hızı göz önüne alındığında, hızla yayılanların sadece gerçek bilgiler olmadığına dikkat çekmek gerekmektedir. İleti, video ve fotoğrafların paylaşılırken doğru olmayan bilgilerin de gerçek bilgiler kadar hızlı yayıldığı bilinerek paylaşılması bu noktada önemlidir. Dolayısıyla sosyal medya üzerinden paylaşımında bulunurken, paylaşılan bilginin doğruluğunu kontrol etmek gerekmektedir. Bu sadece doğru bilginin paylaşılmasının gerekliliği ile değil aynı zamanda paylaşan kişinin güvenilirliği ile de ilgili bir durumdur. Sosyal medyanın bu denli yaygınlaşmasından en çok etkilenen etik boyutun fikri mülkiyet olduğu söylenebilir. Fikri mülkiyete ilişkin etik ihlallerin daha fazla ortaya çıkması kimi zaman ortamlardan kimi zaman ise kullanıcılardan kaynaklanmaktadır. Paylaşılan bir ileti, fotoğraf ya da videonun sosyal medya ortamından silinse bile önbelleklerde saklanması internet ve sosyal medya ortamlarından kaynaklanırken, bireylerin sosyal medya platformlarını ve bu ortamlarda paylaşılanlara kamu malı gözüyle bakarak özgürce tekrar paylaşabileceğini düşünmesi ise kullanıcı kaynaklıdır.

Genel olarak sosyal ağların kullanımı incelendiğinde, bu ortamların sahip olduğu anonimlik, erişim, kolay kullanım, istenildiği gibi sosyal çevre oluşturulabilme ve kendini gizleyebilme gibi özelliklerinden dolayı etik ihlallere karşı korunaksız olduğu söylenebilir. Bu durum göz önüne alındığında sosyal ağlarda etik davranmayı belirli kurallar ya da yasaklar ile değil, bireylerin eğitimi ile sağlamak olanaklıdır. Ailelerden sonra eğitim konusunda ilk akla gelen meslek grubu öğretmenlerdir, dolayısıyla bu

noktada öğretmenlerin sosyal ağlarda etik davranması, model olmaları açısından önemlidir.

Öğretmenlerin Sosyal Medyadaki Etik Davranışları

Öğretmenler pek çok ülkede olduğu gibi, ülkemizde de topluma örnek olacak kesim olarak değerlendirilmektedir. Genel olarak bakıldığında aileler çocuklarını öğretmenlere emanet ettikleri için, onlardan pek çok durumda olduğu gibi etik davranışlar açısından da örnek oluşturmalarını beklemektedirler. Toplum içindeki durumları göz önüne alındığında öğretmenlerin genel olarak sergilemesi beklenen bazı etik davranışlar bulunmaktadır. Öğretmenlerin etik davranması, öğrenmeyi cesaretlendirme, adil değerlendirme ve öğrencilere saygılı davranma gibi sorumlulukları içeren, öğrencinin, kurumun ve alanının gerektirdiği sorumluluklara uygun davranması ve öğrencinin eğitsel ya da duygusal olarak zarar görmesine neden olacak davranışlardan kaçınmak anlamına gelmektedir (Keith-Spiegel, Whitley, Balogh, Perkins ve Wittig, 2002; akt. Hill ve Zinsmeister, 2012). Etik davranma meslekle değil kişiyle ilgili bir durum gibi görünse de öğretmenlik mesleği açısından bakıldığında bunun geçerli olmadığı söylenebilir. Günümüzde öğretmen-öğrenci ilişkisini etkileyen pek çok etkenden biri de genel olarak sosyal ağ sitelerinin yaygın kullanımı özel olarak ise öğrencilerin yaygın bir şekilde sosyal ağ sitelerini kullanmaları şeklinde belirtilebilir.

Öğretmenlerin, öğrencilerinin ilgili olduğu ortamlarda ve alanlarda kendilerini geliştirmeleri günümüzde mesleki bir zorunluluk haline gelmiştir. Bu durum göz önüne alındığında hem öğrencilerin ilgilerini daha fazla çekebilmek hem de onların etkin oldukları bu ortamların doğru kullanımı ile ilgili örnek teşkil edebilmek için öğretmenlerin de sosyal ağları kullanmaları önemlidir. Sosyal ağlara kolay erişim birçok yarar sağlasa da öğretmenler için sosyal ağlarda dikkat edilmesi gereken çeşitli unsurlar bulunmaktadır. Bu nedenle özel, mesleki ve kamuya ait alanların birbirinden ayrımlarının giderek bulanıklaştığı sosyal ağlarda (Bowen, 2013; boyd ve Hargittai, 2010; Christofides ve Desma-raï, 2009) öğretmenler var olan ikilemin farkında olmalı ve sosyal medya sitelerinin kullanımı konusunda hassas davranmalıdırlar.

Öğretmenlere ilişkin tanımlanan etik davranış şekilleri sosyal ağların kullanımı göz önüne alınarak incelendiğinde, öğrencilere karşı saygılı davranma, öğrencilere ilişkin gizliliğin korunması ve öğretmen- öğrenci arasında olması gereken profesyonel ilişkiyle ilgili etik davranışların sosyal ağların yanlış kullanımıyla etik dışı hal alması mümkündür (Henderson, Auld ve Johnson, 2013; Hill ve Zinsmeister, 2012). Bu nedenle sosyal ağlarda etik davranışların sınırlarını çizmekte yarar vardır. Özellikle meslek grubu öğretmenlik gibi yaşça kendinden küçük bireylerin etkilenmesine açık olan bireylerin, sosyal ağlardaki davranışlarına başka meslek gruplarına göre daha fazla dikkat etmesi gerektiği söylenebilir.

Sosyal medya ve bileşenlerinin farkında olan bir öğretmen, öğrencilerine uygun model olacak ve iyi birer dijital vatandaş olması için onları cesaretlendirecektir. Öğretmenlerin sosyal ağlar konusunda doğru örnek olması, öğrencilerinin, sosyal ağlardaki etkileşimlerinde olumlu ve saygılı olmaları açısından önemlidir. Ayrıca öğretmenlerin rol model olmaları gerektiği kabul edilirse, sosyal ağ ortamında paylaşılan ve öğrenciler için uygun olmayacağı düşünülebilecek her ileti ya da fotoğraf için, öğrencinin “eğer öğretmen bunu yapıyorsa, ben de yapabilirim” gibi bir düşünceye sahip olma ihtimali, öğretmenlerin bu ortamlarda daha dikkatli olmaları gerektiğinin bir göstergesidir.

Connecticut Öğretmen Eğitimi ve Mentörlük Programı (2012) tarafından yayınlanan bir rehberde bazı gerçek senaryolar kullanılarak öğretmenlerin yapmaması gerektiği düşünülen davranışlar üzerinde durulmuş, belirlenen sorularla senaryolar tartışılmış ve böylece öğretmenlik mesleğindeki etik boyutlara ilişkin farkındalık yaratılmak için bir rehber oluşturulmuştur. Senaryolar ve üstüne yapılan tartışmalar incelendiğinde öğretmenlerin sağduyulu ve herkes tarafından aynı şekilde anlaşılabilir kadar açık, öğretmen-öğrenci ilişkisine uygun ve yüz yüze kurdukları iletişimde uygun olmayan herhangi bir içerik ya da davranışı içermeyecek şekilde öğrencilerine yazmaları gerektiği belirtilmiştir.

Sosyal ağ siteleri, genelde insanların özelde ise öğretmenlerin etkileşim ve iletişim şeklini değiştirmiştir. Alan yazında sosyal ağların eğitim amaçlı kullanımını destekleyen pek çok çalışma olmasına rağmen (Dhir, Buragga ve Boreqqah, 2013; Elavsky, Mislán ve Elavsky, 2011) kullanımının bu kadar yaygınlaşması beraberinde bir

takım yasal, etik ve mesleki zorlukları getirmektedir (Russo, Squelch ve Varnham, 2012). Bir bireyin kendisinin de içinde olduğu paylaşımların sadece o kullanıcı tarafından değil başka kullanıcılar tarafından da yapılabileceği unutulmamalıdır. Özellikle öğretmenler göz önüne alındığında, öğrenci dışındaki diğer etkileşimde bulunduğu kişiler de onların yer aldığı, resim vb. öge paylaşabilecekleri için öğretmenlerin kendi hesapları konusunda daha titiz davranması gerektiği söylenebilir.

Sosyal ağlar genel amacı bakımından sosyalleşme adına ortaya çıkmış ortamlardır. Bu amaç göz önüne alındığında öğrenciler ile olan öğrenci-öğretmen ilişkisi bu ortama taşındığında profesyonel olarak devam etmesi gereken bu ilişki farklı bir ortama indirgenmiş olmaktadır. Etkileşimlerin arkadaşlık ilişkisi üzerine kurulduğu bu ortamlarda öğretmen-öğrenci ilişkisinin de aynı ortamda tutulması zaman zaman bazı sıkıntılara yol açmaktadır. Sosyal medyada öğretmenler kendi özel hayatlarını da paylaştıkları için bu durumda öğrenci öğretmen ilişkisinin sınırlarını belirlemek zorlaşırken bu konuda etik sorunlar yaşanması daha olası hale gelmektedir (Henderson, Auld ve Johnson, 2013). Ancak öğrencilerin bu ortamları sıkça kullandıkları düşünüldüğünde, öğretmenlerin öğrencileriyle birlikte bu ortamlarda olmamasının aslında öğrencilerle bu iletişim kanalını kullanmamaları anlamına geldiği söylenebilir. Bu durumda da öğrenciler ile iletişimi azalttıkları sonucu çıkarılabilir. Bu göz önüne alındığında hem öğrenciler ile iletişimi koparmamak hem de öğretmenlerin belirli sıkıntılar yaşamamaları için kendi özel kullanıcı hesaplarıyla, mesleki anlamda kullandıkları hesapları birbirinden ayrı tutmaları gerekmektedir (Lomer, 2012). Her ne kadar sosyal medya üstünden yazılanların silinebilmesi ya da yasalar aracılığıyla sildirilebilmesi mümkün ise de, hiçbir zaman tamamıyla ortadan kaldırıldıkları garantilenemez (Russo, Squelch ve Varnham, 2012). Dolayısıyla öğretmenlerin birer model olarak yazdıkları her iletiye, yaptıkları her yoruma ve paylaştıkları her fotoğrafa daha fazla dikkat etmeleri gerektiği söylenebilir.

Tüm bunlar göz önüne alındığında, öğretmen adaylarının birkaç yıl içinde mesleğe atılacakları düşünüldüğünde, öğretmen adaylarının da sosyal medya kullanımında belirli davranışlara şimdiden dikkat etmesinin önemli olduğu söylenebilir. Dolayısıyla bugünün öğretmenleri için sosyal medya kullanımında önemli olan bu davranışların belirlenmesi, öğretmen adaylarının sosyal medya etiğine ilişkin görüşlerinin ortaya konması açısından da önemlidir.

İlgili Araştırmalar

Sosyal medya sahip olduğu özellikler sebebiyle pek çok etik soruna sebep olmaktadır. Alanyazın incelendiğinde farklı grup katılımcılarıyla ve sosyal medyanın sebep olduğu farklı etik sorunlara yönelik çalışmalar yapıldığı görülmektedir.

Dwyer, Hiltz ve Passerini (2007) yaptıkları çalışmada MySpace ve Facebook'u, güven ve gizlilik açısından karşılaştırmışlardır. Bu çalışma özel olarak gizlilik ve güven birbirinden farklı ele alınsa da araştırma bulguları incelendiğinde aslında iki durum birbiriyle iç içe olduğu fark edilmektedir. Çalışmada kullanıcıların kendilerini güvende hissettikleri sosyal medya sitelerinde daha fazla paylaşımda bulduklarını ortaya koymuşlardır. Bu durumda kullanıcıların sosyal medya sitelerinden kendi bilgilerini doğru bir şekilde korumalarını ve gizliliklerine önem vermeleri yönündeki beklentilerini ve gizliliğe verdikleri önemi göstermektedir. PEW tarafından gençlerin %55'inin sosyal medya hesabı olduğu ve bu hesapların da %66'sının herkese açık olmadığını belirtmiş olması da bu görüşü destekler niteliktedir (Lenhart ve Madden, 2007)

Gizlilik üzerine bir başka çalışma da Stutzman (2007) tarafından yapılmıştır. Araştırmacı yaptığı çalışmada öğrencilerin kendilerini tanımlayacak bilgileri paylaşımlarını üç sosyal medya sitesi üzerinden incelemiştir. Çalışmada öğrencilerin kişisel bilgilerin korunumuna çok önem verdikleri ancak sosyal medya sitelerine bu anlamda güvenmedikleri ve kişisel bilgilerinin korunduğuna inanmadıkları belirtilmiştir. Ayrıca öğrencilerin bu beklentilerine rağmen e-posta adresi, adres bilgisi, doğum tarihi, okudukları okul gibi çok sayıda kişisel bilgilerini sosyal medya hesaplarında paylaştıkları görülmüştür.

Acquisti ve Gross (2006) ise yaptıkları çalışmada öğrencilerin hesaplarının korunması yönündeki beklentileriyle bunu nasıl sağlayacaklarına ilişkin bilgileri arasında tutarsızlık olduğunu belirtmişlerdir. Araştırmacıların daha önce yaptıkları bir başka çalışmada elde ettikleri bulgular da bu görüşü destekler niteliktedir. Gross ve Acquisti (2005) yaptıkları çalışmada kullanıcıların kendilerine ilişkin ne kadar çok kişisel bilgiyi profillerinde paylaştıklarını belirtmişlerdir. Sosyal medya sitelerinde gizliliğe ilişkin yapılan bu çalışmada 4000 Facebook profilini incelemiş ve öğrenciler tarafından verilen kişisel bilgilere dair gizlilikle ilgili tehditler olduğunu belirtmişlerdir.

Çalışmadan elde edilen bulgulara göre öğrencilerin %90,8 'inin fotoğrafını profilinde paylaştığı, %87,8 'inin doğum tarihini, %39,9 'unun telefon numarasını %50,8'inin ise oturdukları yerin adresini de profillerinde paylaştıkları görülmektedir. Ayrıca öğrencilerin, gizlilik adına önemli olduğu söylenebilecek okullarının isimleri ya da ilişki durumları gibi bilgileri de sıklıkla paylaştıkları elde edilen bulgulardır.

Bowen (2013) yaptığı çalışmada sosyal ağların yaygın kullanımı ile birlikte bilginin yayılması ve tüketilmesi gibi pek çok durumun değiştiğini belirtmiş ve sosyal ağların etik kullanımı üzerinde durmuştur. İncelediği dört farklı durumu göz önüne alarak sosyal ağlara ilişkin deontoloji kuramına dayanan 15 maddeden oluşan etik ilkeler belirlemiştir. Sosyal ağlar ile ilgili yapılan çalışmalar incelendiğinde, çalışmaların çerçevelerinin sadece bireylerin etik davranışları değil aynı zamanda sosyal medya ortamlarının etik ihlalleriyle de ilgili olduğu görülmektedir. Light, McGrath ve Griffiths (2008) ise genel olarak sosyal medya sitelerini değil özel olarak tek bir sosyal medya sitesini ele alarak Facebook'u etik açıdan incelemişlerdir. Çalışmada hem ortam ve kullanıcılara sunulanlar olarak Facebook incelenmiş hem de kullanıcıların dikkat etmesi gereken durumlar üzerinde durulmuştur. Facebook'un daha giriş aşamasında, "daha profilini oluştururken bir takım özel bilgileri istiyor olması", "profilini herkese açık olarak kendiliğinden belirlemesi", "yayınlananların pek çok kişi tarafından görünüyor olması" gibi sebepleri göz önüne alarak gizliliği ihlal ettiği belirtilmiştir. Belirtilen açılardan incelendiğinde bu ortamın hem kullanıcılara sağladıkları açısından yeterince etik olmadığı hem de başkalarının kullanımı açısından düşünüldüğünde etik ihlallere açık olduğu söylenebilir. Ancak sosyal ağ siteleri sağladıkları gizlilik seçenekleriyle bireylerin kendi kullanıcı hesapları üstündeki kontrolü artırmaktadırlar.

boyd ve Hargittai (2010) tarafından etiğe ilişkin sık çalışılan konulardan biri olan sosyal ağlarda gizlilik ile ilgili yapılan çalışmada sosyal ağları kullanan gençlerin gizlilik ayarlarına düşünüldüğünden daha fazla dikkat ettikleri, sosyal ağ kullanma sıklığı ve internet becerilerinin gizlilik ayarlarını etkin kullanma ile ilgili olduğu ve cinsiyetin gizlilik ayarlarını kullanma üstüne çok da fazla etkisinin olmadığı belirtilmiştir. Gizlilikle ilgili başka bir çalışmada ise Adams, Murata, Orito ve Parslow (2011) çalışmaya katılan öğrencilerin büyük çoğunluğunun akran baskısı nedeniyle kullandıkları sosyal ağ sitelerinde sadece gerçek hayatta da tanıdıkları insanları sosyal

ağ sitelerinde arkadaş olarak kabul ettikleri, paylaştıkları konusunda dikkatli davrandıkları ve büyük çoğunluğunun gizlilik konusunda hassas ve bilgili olduğu belirtilmiştir.

Gizlilikle ilgili olarak Çaycı ve Karagülle (2014) yaptığı çalışmada kuşaklar arası mahremiyet algısını ve bunun değişimini incelemiştir. Yapılan çalışmada Z kuşağının, X ve Y kuşakları gibi sosyal medya ortamlarını farklı bir ortam olarak tanımlamadığı ve farklı anlamlar yüklediği belirtilmiştir. Çalışmada Z kuşaklarının sosyal medyada önemli bilgilerini paylaşmadıkları, profillerinin görüntülenebilme ayarlarını değiştirdikleri, fotoğraf paylaşımı konusunda daha titiz davrandıkları, tanımadıkları kişilerin profillerini daha sık inceledikleri, kişisel bilgilerini korumak için sahte hesaplar oluşturdukları gibi sosyal medya etiği açısından önemli bulgular ortaya konmuştur. Bu bulgulara göre Z kuşaklarının gizliliğe daha fazla önem verdikleri ancak gizliliklerinin ihlal edilmemesi için doğruluk konusunu önemsemedikleri bu konuda etik ihlal yapabildikleri söylenebilir. Yine Z kuşağının erişim konusunda bir yandan daha katı davranırken bir yandan da sosyal medyanın bu anlamadaki kolaylıklarından faydalandıkları söylenebilir.

Öz (2014) yaptığı çalışmada araştırmaya katılan katılımcıların Facebook'a ilişkin gizlilik riski algılarını ölçmüş ve bu konudaki endişe ve farkındalıklarını ortaya koymuştur. Çalışmada katılımcıların en çok kendi özel bilgilerinin farklı kurumlarla paylaşılmasına ilişkin endişelerinin olduğu belirtilmiştir. Ayrıca kullanıcıların güvenlik ayarlarının kimi zaman çalışmamasından dolayı profillerinin istemedikleri kişilerce görüntülenmesinden ve paylaştıklarının ileride karşılına çıkabilme ihtimalinden tedirgin oldukları belirtilmiştir. Araştırmada belirtilen bu üç nokta göz önüne alındığında katılımcıların ağırlıklı olarak gizlilikle ilgili olsa da sosyal medyanın sahip olduğu özellikleri sebebiyle erişim konusunda da etik sorunlarla karşılaşabileceklerinin farkında oldukları söylenebilir. Zengin, Zengin ve Altunbaş (2015) tarafından yapılan çalışmada ise üniversite öğrencilerinin Facebook üzerinde mahremiyete yaklaşımları incelenmiştir. Çalışmada öğrencilerin Facebook üzerinden arkadaş ekleme, kadınların gizlilik anlamında erkeklere göre daha titiz davrandıkları, yanlışlıkla yapılan paylaşımların ve yapılan paylaşımların sorulmadan başkası tarafından kullanılmasından rahatsızlık duydukları belirtilmiştir. Ayrıca katılımcılar kendilerine dair pek çok özel

bilgiyi de Facebook hesaplarından paylaştıklarını belirtmişlerdir. Yapılan çalışma PAPA modeli ele alınarak incelendiğinde katılımcıların öncelikle gizlilik sonrasında ise fikri mülkiyet konusuna daha fazla önem verdiklerini, erişim konusundaki olası etik dışı durumlar hakkında ise aslında yeterince bilgi sahibi olmadıklarını söylemek mümkündür.

En yaygın kullanılan sosyal medya sitesi olan Facebook üzerine yapılan araştırmalar genellikle gizlilik ve güvenlik üzerine yoğunlaşmış ve araştırmalarda aslında katılımcıların güvenlikle ilgili endişelerinin olduğu ancak bu endişelerin o sosyal medya sitesine üye olmak için engel teşkil etmediği belirtilmiştir. Güvenlik zafiyetlerinin farkında olan katılımcılar buna rağmen yine de üye olup bilgi, fotoğraf ve video paylaşımları yapmaktadırlar (Kalaman, 2011; Acquisti ve Gross, 2006)

Sosyal ağlarda etik dışı davranışlarla ilgili bir başka boyut ise sosyal ağlardan elde edilen verilerle yapılabilecek araştırmalarla ilgilidir. Zimmer (2010) ise Facebook üzerinden yapılan araştırmalardaki etik ihlallere ilişkin yürüttüğü çalışmada, yapılan bir araştırmadaki etik ihlallerin üzerinde durarak, sosyal ağlardan elde edilen veriler kullanılarak yapılacak olan araştırmalara fikir vermeyi amaçlamıştır. Çalışma genel olarak sosyal ağ sitelerinden elde edilen verilerin araştırmalarda kullanımı üzerine olsa da bu verilerin elde edilmesi sürecinde gizliliğe aykırı etik ihlallerin yapılabileceği belirtilmiştir. Bu durum göz önüne alındığında nasıl ki araştırma için verilere bireylerden izin alınmaksızın erişilebiliyorsa, aynı durumun kişiler arası ilişkilerde de olabileceği söylenebilir. Bu nedenle bireylerin gerek kendilerine gerekse başkalarına ilişkin paylaşımlarda bulunurken, sosyal medya ortamlarında gizliliğin tamamen korunamadığını göz önünde bulundurmaları gerekmektedir. Sosyal medya ortamları yayıncılık açısından incelendiğinde başka bir etik ihlalin daha ortaya çıktığı söylenebilir. Kitle iletişim aracı olarak medyanın sahip olması gereken temel özelliklerden biri olan tarafsızlık ve yorumsuzluk (Banar, 2013) söz konusu sosyal medya olduğunda geçerliğini kaybetmektedir. Bireylerin özel kullanım alanları olan sosyal medya kullanıcı hesaplarında medyanın sahip olduğu pek çok etik ilke hala geçerli olmasına rağmen, bu ortamların getirdiği özel alan mantığı tarafsızlık ve yorumsuzluk açısından uygun görülmemektedir.

Alan yazındaki çalışmalar incelendiğinde çalışmaların özel olarak etiğin bir boyutuna odaklandığı ve büyük çoğunluğunun ise gizlilik üzerine olduğu görülmektedir. Ancak söz konusu sosyal medya ve sosyal medya etiği olduğunda aslında bahsedilen boyutlar birbirinden keskin çizgilerle ayrılmamaktadır. Alan yazındaki bu eksikliği bir miktar giderebilmek adına sosyal medyada karşılaşılabilecek etik dışı durumlara ilişkin bütüncül bir bakış açısı önemlidir.

Amaç

Her geçen gün yaygınlaşan sosyal medya kullanımı kimi zaman etik ihlallere neden olmaktadır. Yaygın kullanılan sosyal medya siteleri incelendiğinde, popüler sosyal medya sitelerini yaygın olarak kullanan grubun 18-29 yaş aralığında olan bireyler olduğu görülmektedir (Duggan ve Smith, 2013; Perrin, 2016). Bu yaş aralığındaki bireylerin önemli bir kısmını oluşturan üniversite öğrencileri de sosyal medyayı oldukça yaygın kullanmaktadırlar. Sosyal medya kullanımı için belirli bir yaş sınırı olmasına rağmen yaşça küçük bireyler tarafından da kullanılmaktadır (Atasoy, 2011; Connors ve Touchstone, t.y.; Daily Mail, 2014). Öğretmenlerin, öğrenciler için birer rol model oldukları düşünüldüğünde öğretmenlerini gerçek hayatta kendilerine model alan öğrencilerin sosyal medyada aynı ortamda buldukları zaman sanal ortamlarda da öğretmenlerini model almalarının mümkün olduğu söylenebilir. Tüm bunlar göz önüne alındığında, geleceğin öğretmenleri olan öğretmen adaylarının da etik davranışlar sergilemeleri önemlidir.

Araştırmanın temel amacı, öğretmen adaylarının sosyal medyadaki etik davranışlara ilişkin görüşlerini ortaya koymaktır. Bu amaç doğrultusunda Eskişehir Osmangazi Üniversitesi ve Anadolu Üniversitesi Eğitim fakültelerinde okuyan öğretmen adaylarının sosyal medyadaki etik davranışlara ilişkin görüşleri incelemek üzere aşağıdaki araştırma sorularına yanıt aranmıştır:

1. “Sosyal Medyada Etik Davranışlar” anketinin geliştirilme süreci nasıl yürütülmüştür?
2. Öğretmen adaylarının sosyal medya kullanım durumları nedir?
3. Öğretmen adaylarının sosyal medyada etik davranışlara ilişkin görüşleri

- a. cinsiyetlerine,
- b. sınıf düzeylerine
- c. bölümlerine
- d. kullandıkları sosyal medya sayısına
- e. aktif kullandıkları forum sayısına
- f. gün içinde internette geçirdikleri süreye bağlı olarak değişmekte midir?

Önem

Farklı yaş grupları tarafından yaygın olarak kullanılan sosyal medyada kullanıcıların günlük hayata göre daha fazla bilgi paylaştıkları görülmektedir. Sosyal medyayı yaygın olarak kullanan yaş grupları göz önüne alındığında büyük çoğunluğu üniversite çağındaki bireylerin oluşturduğu görülmektedir. Bu açıdan bakıldığında üniversite öğrencilerinin sosyal medyadaki etik davranışlara ilişkin görüşlerinin belirlenmesi önemlidir.

Sosyal medyanın günlük hayatta kullanılmasının yanı sıra eğitim amaçlı kullanımı da yaygınlaşmıştır. Yapılan çalışmalar öğrencilerin severek kullandıkları bu ortamların eğitim amaçlı kullanımının öğrenmeyi destekler nitelikte olduğunu göstermektedir. Ancak sosyal medyanın yaygın kullanılması ve genel olarak kolay erişilebilir olması beraberinde bazı sorunları ve sorumlulukları da getirmektedir. Özellikle kendinden yaşça oldukça küçük bireylerle etkileşim halinde olan öğretmenlerin buldukları konum gereği bu sorumluluklara en çok dikkat etmesi gereken bireyler olduğu söylenebilir. Bu durum göz önüne alındığında öğretmenlerin sosyal medyada etik davranışları, öğrencilere model olmaları anlamında önemlidir.

Bu araştırmada eğitim fakültesi öğrencileriyle çalışılması, hem eğitim fakültesi öğrencilerinin gözüyle, hem de geleceğin öğretmenleri olan bu öğrencilerin ileride benzer davranışları sergileme ihtimalleri bulunduğundan geleceğin öğretmenin bakış açısıyla sosyal medyadaki etik davranışlara ilişkin görüşlerini ortaya koymak açısından önemlidir.

Sınırlılıklar

Araştırma kapsamında geliştirilen anket ve yapılan görüşmelerden elde edilen,

1. nicel veriler Eskişehir Osmangazi Üniversitesi ve Anadolu Üniversitesi eğitim fakültelerinde okuyan ve 2015-2016 Öğretim Yılı Güz döneminde verilerin toplandığı derslerde derste katılan ve anketi doldurmak isteyen 3488 öğretmen adayları tarafından verilen yanıtlar ile sınırlıdır.
2. nitel veriler görüşmeye gönüllü olarak katılmayı kabul etmiş ve kendi görüşlerini ifade ettikleri kabul edilen katılımcı görüşleriyle sınırlıdır.
3. tüm veriler gönüllü katılan öğretmen adaylarıyla sınırlı olduğundan elde edilen bulgular ve sonuçlar bağlayıcı nitelik taşımayacaktır.

Tanımlar

Araştırma kapsamında kullanılan kavramların işe vuruk tanımları aşağıda verilmiştir.

Sosyal Medya: İletişim, bilgi ve multimedya paylaşımı amaçlı kullanılan tek yönlü paylaşım değil, çift taraflı ve eş zamanlı paylaşım sağlayan medya sistemidir.

Öğretmen Adayı: Eğitim fakültelerinin tüm sınıflarında okuyan öğrenciler.

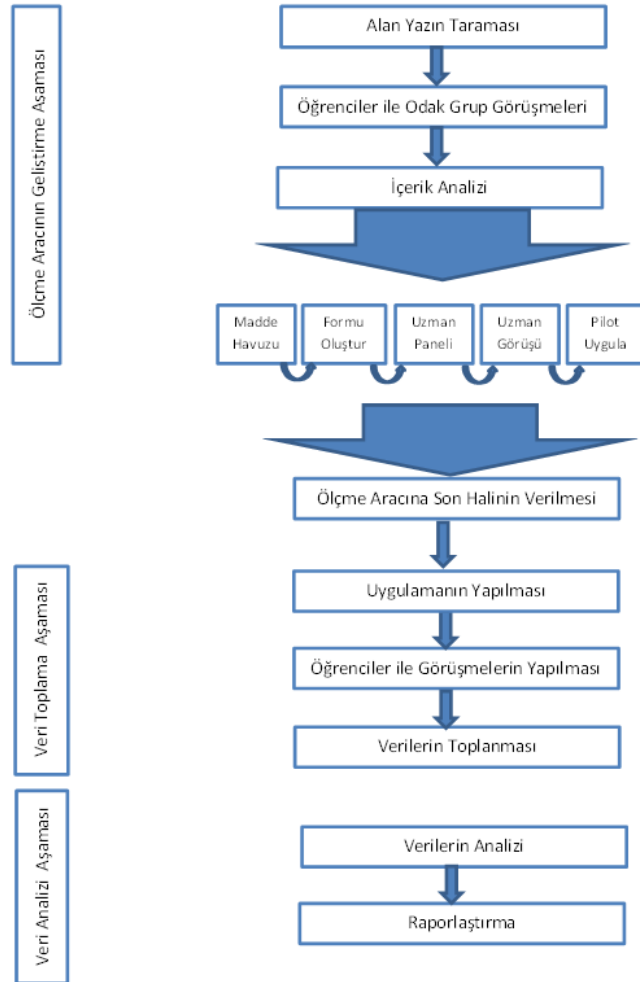
İKİNCİ BÖLÜM YÖNTEM

Bu bölümde araştırma modeli, araştırmanın evreni ve örneklemi, araştırmada kullanılacak veri toplama araçları, verilerin çözümlenmesi ve yorumu ile süre ve olanaklara yer verilmiştir.

Araştırma Modeli

Araştırma, öğretmen adaylarının sosyal medyadaki etik davranış örüntülerini biçimlendiren değişkenleri belirlemeye yönelik olarak tarama modelinde desenlenmiştir. Tarama modelleri, olayların içinde bulunduğu koşulların ve aralarındaki ilişkilerin belirlenmesinin amaçlandığı modellerdir (Creswell, 2009). Araştırma sürecinin uygulama planı aşağıdaki akış planı ile gösterilmiştir.

Şekil 1: Araştırma Süreci Uygulama Planı



Araştırma Evreni

Araştırmanın evrenini, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi ve Anadolu Üniversitesi Eğitim Fakültelerinde okuyan öğretmen adayları oluşturmaktadır. Araştırma kapsamında Eskişehir Osmangazi Üniversitesi ve Anadolu Üniversitesi Eğitim Fakültelerinde öğrenim gören toplam öğrenci sayısı 6024 olup, bu öğrencilerin tümüne ulaşılmaya çalışılmıştır. Ancak öğrencilerin devamsızlığı gibi sebeplerden dolayı öğrencilerin 3488'ine ulaşılabilmektedir. Bu sayı tüm evrenin %57,9 una denk gelmektedir. Öğrencilerin üniversitelere, öğrenim görülen programlara ve sınıf düzeylerine göre dağılımı aşağıdaki Tablo 1'de verilmektedir.

Tablo 1:Araştırma Örnekleme

Üniversite	Anabilim Dalı	1.Sınıf	2.Sınıf	3.Sınıf	4.Sınıf	TOPLAM	
ESKİŞEHİR OSMANGAZI ÜNİVERSİTESİ	Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi	50	57	66	53	226	
	Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık	64	70	70	56	260	
	Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık (İ.Ö)	66	68	70	56	260	
	Zihin Engelliler Öğretmenliği	64	62	64	54	244	
	Zihin Engelliler Öğretmenliği (İ.Ö)	68	52	66	48	248	
	Sınıf Öğretmenliği	67	72	80	67	286	
	İlköğretim Matematik Öğretmenliği	58	70	62	69	259	
	Fen Bilgisi Öğretmenliği	66	58	64	61	249	
	İngilizce Öğretmenliği	29	44	33	-	106	
	İngilizce Öğretmenliği (İ.Ö)	3	29	13	-	45	
	Okul Öncesi Öğretmenliği	54	51	-	-	105	
	Öğrenci Sayısı						2274

Tablo 1, devamı

Üniversite	Anabilim Dalı	1.Sınıf	2.Sınıf	3.Sınıf	4.Sınıf	TOPLAM	
ANADOLU ÜNİVERSİTESİ	Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi	66	58	72	84	280	
	Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık	42	45	47	46	180	
	Zihin Engelliler Öğretmenliği	74	72	71	84	301	
	İşitme Engelliler Öğretmenliği	80	74	83	101	338	
	Resim-İş Öğretmenliği	41	52	57	64	214	
	İngilizce Öğretmenliği	156	180	173	282	791	
	Almanca Öğretmenliği	62	56	58	52	228	
	Fransızca Öğretmenliği	38	43	24	24	129	
	İlköğretim Matematik Öğretmenliği	84	85	85	89	343	
	Sınıf Öğretmenliği	102	105	106	113	426	
	Okul Öncesi Öğretmenliği	57	64	63	75	259	
	Sosyal Bilgiler Öğretmenliği	64	61	60	76	261	
	Öğrenci Sayısı						3750
	TOPLAM ÖĞRENCİ SAYISI						6024

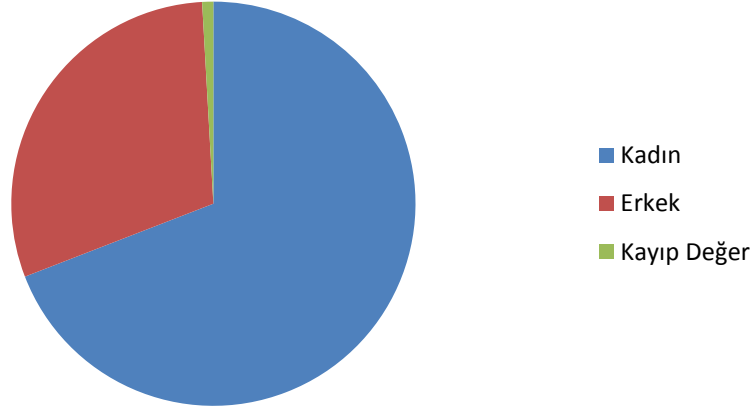
Araştırmada, araştırma evreni kullanılmış olup evrendeki tüm katılımcılara ulaşılmaya çalışılmıştır. Toplam öğrenci sayısı göz önünde bulundurularak bölüm ve sınıf bazında ulaşılan öğrencilere ilişkin sayısal veriler aşağıdaki Tablo 2’de yer almaktadır.

Tablo 2: Anket Dönüş Oranları

Anabilim Dalı	1.sınıfta öğrenim gören öğrenci sayısı	Veri toplanan öğrenci sayısı	Dönüş oranı (%)	2.sınıfta öğrenim gören öğrenci sayısı	Veri toplanan öğrenci sayısı	Dönüş oranı (%)	3.sınıfta öğrenim gören öğrenci sayısı	Veri toplanan öğrenci sayısı	Dönüş oranı (%)	4.sınıfta öğrenim gören öğrenci sayısı	Veri toplanan öğrenci sayısı	Dönüş oranı (%)
BÖTE	116	78	67,2	115	88	76,5	138	99	71,7	137	81	59,1
PDR	172	81	47,1	183	89	48,6	187	119	63,6	158	87	55,1
Zih.Eng. Öğrt.	206	83	40,3	186	102	54,8	201	113	56,2	186	68	36,6
Sınıf Öğrt.	169	77	45,6	177	170	96,0	186	150	80,6	180	45	25,0
İlk.Mat. Öğrt.	142	54	38,0	155	119	76,8	147	119	81,0	158	58	36,7
Fen Bil. Öğrt.	66	53	80,3	58	41	70,7	64	49	76,6	61	48	78,7
İngilizce Öğrt.	188	123	65,4	253	192	75,9	219	102	46,6	282	11	3,9
Okul Öncesi Öğrt.	111	101	91,0	115	91	79,1	63	50	79,4	75	44	58,7
İşitme Eng. Öğrt.	80	63	78,8	74	57	77,0	83	10	12,0	101	54	53,5
Resim-İş Öğrt.	41	33	80,5	52	52	100,0	57	37	64,9	64	36	56,3
Almanca Öğrt.	62	38	61,3	56	30	53,6	58	13	22,4	52	19	36,5
Fransızca Öğrt.	38	20	52,6	43	23	53,5	24	23	95,8	24	11	45,8
Sosyal Bilgiler Öğrt.	64	35	54,7	61	46	75,4	60	48	80,0	76	43	56,6
Diğer bölümlerdeki öğrenciler					3			5			4	
Tüm Bölümler Toplam	1455	839	57,7	1528	1103	72,2	1487	937	63,0	1554	609	39,2

Araştırmaya katılan öğretmen adaylarının cinsiyete göre dağılımı Şekil 2’de verilmiştir.

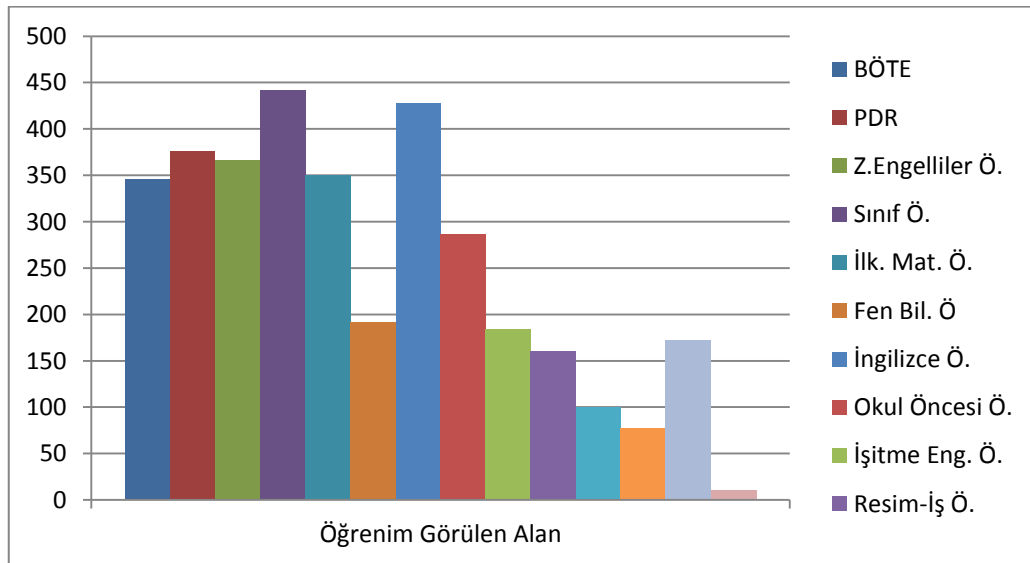
Şekil 2: Öğretmen Adaylarının Cinsiyete Göre Dağılımları



Araştırmaya katılan 3488 öğretmen adayından 3457 si (%99,1) cinsiyet sorusunu yanıtlamış, yanıtlayanlardan 2411’inin (%69,1) kadın, 1046’sının (%30,0) erkek olduğu belirlenmiştir. Öğretmen adaylarından 31’i (%0,9) ise bu soruyu boş bırakmışlardır. Araştırmaya katılan öğretmen adaylarının çoğunluğunu kadınlar oluşturmaktadır.

Öğretmen adaylarının öğrenim gördükleri alana dallarına göre dağılımları Şekil 3’de verilmiştir.

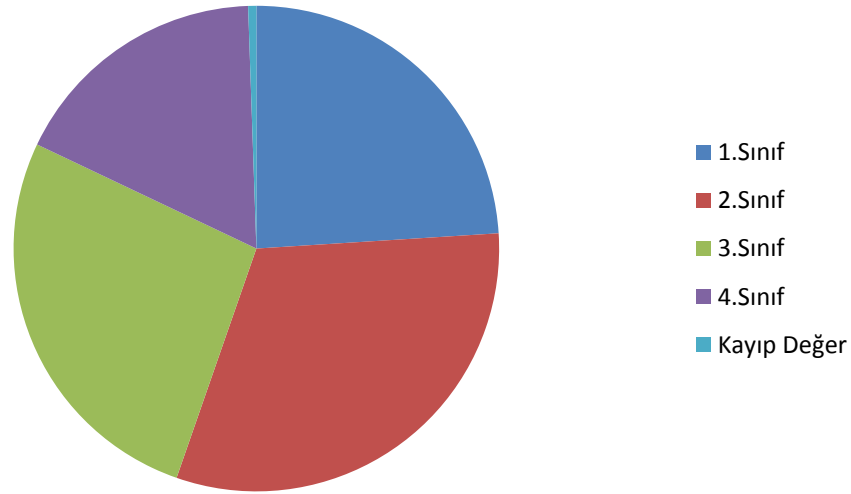
Şekil 3: Öğretmen Adaylarının Öğrenim Gördükleri Alanlara Göre Dağılımları



Araştırmaya katılan öğretim adaylarının öğrenim gördükleri üniversitelerdeki Eğitim Fakültelerinde 13 farklı anabilim dalı bulunmaktadır. Öğretmen adaylarının öğretim gördükleri anabilim dalına göre dağılımları; BÖTE 346 öğrenci (%9,9), PDR 376 (%10,8) öğrenci, Zihin Engelliler Öğretmenliği 366 (%10,5) öğrenci, Sınıf Öğretmenliği 442 (%12,7) öğrenci, İlköğretim Matematik Öğretmenliği 350 (%10,0) öğrenci, Fen Bilgisi Öğretmenliği 191 (%5,5) öğrenci, İngilizce Öğretmenliği 428 (%12,3) öğrenci, Okul Öncesi Öğretmenliği 286 (%8,8) öğrenci, İşitme Engelliler Öğretmenliği 184 (%5,3) öğrenci, Resim-İş Öğretmenliği 160 (%4,6) öğrenci, Almanca Öğretmenliği 100 (%2,9) öğrenci, Fransızca Öğretmenliği 77 (%2,2) öğrenci, Sosyal Bilgiler Öğretmenliği 172 (%4,9) öğrenci şeklindeyken farklı fakültelerin farklı bölümlerinden olan 10 (%0,3) öğrenci de veri toplama aracına yanıt vermiştir.

Öğretmen adaylarının sınıf düzeylerine göre dağılımları ise Şekil 4'te verilmiştir.

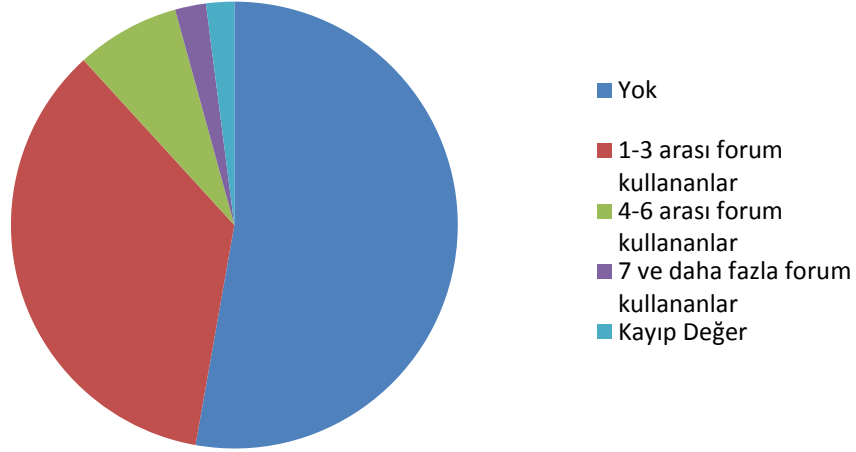
Şekil 4: Öğretmen Adaylarının Sınıf Düzeylerine Göre Dağılımı



Araştırmaya katılan 3488 öğretmen adayından 837'sinin (%24,0) 1. sınıfta okuduğu, 1093'ünün (%31,3) 2. sınıfta okuduğu, 932'sinin (%26,7) 3. sınıfta okuduğu ve 607'sinin (%17,4) 4. sınıfta okuduğu belirlenmiştir. 19 öğretmen adayı (%0,5) sınıf düzeyi sorusunu yanıtızsız bırakmıştır.

Öğretmen adaylarının aktif kullandıkları forum sayı ve internette geçirdikleri süreye ilişkin dağılımları Şekil 5’te verilmiştir.

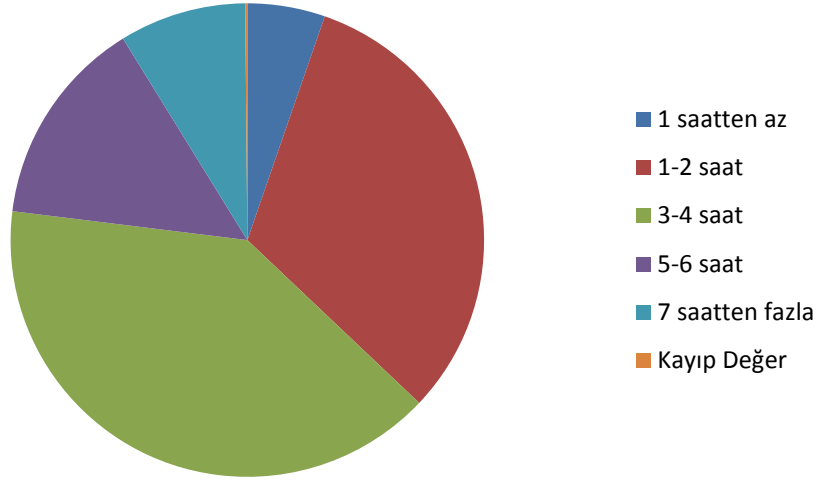
Şekil 5: Aktif Kullanılan Forum Sayısına Göre Öğrenci Dağılımı



Araştırmaya katılan öğretmen adaylarının 3417’si aktif kullandıkları forum sayısının sorulduğu soruyu yanıtlamıştır. Öğretmen adaylarından 1841’i (%52,8) kullandıkları forum olmadığını belirtirken, 1236’sı (%35,4) 1-3 tane forumu, 262’si (%7,5) 4-6 tane forumu ve 78’i (%2,2) de 7 den fazla forumu aktif olarak kullandıklarını belirtmişlerdir. 71 öğrenci (%2,0) ise bu konuda görüş bildirmemişlerdir.

Öğretmen adaylarının internette geçirdikleri süreye göre dağılımları Şekil 6’da verilmiştir.

Şekil 6: İnternette Geçirilen Zamana Göre Öğrenci Dağılımı



Araştırmaya katılan 3488 öğretmen adayından 185 öğrenci (%5,3) internette 1 saatten az vakit geçirdiklerini, 1108 öğrenci (%31,8) 1-2 saat, 1391 öğrenci (%39,9) 3-4 saat, 497 öğrenci (%14,2) 5-6 saat ve 302 öğrenci (%8,7) ise 7 saatten fazla internette vakit geçirdiklerini belirtmiştir. 5 öğrenci (%0,1) ise bu soruda görüş bildirmemiştir. Öğrencilerin büyük çoğunluğunun internette 1-3 saat ve 3-4 saat zaman geçirdikleri görülmektedir.

Yapılan odak grup görüşmelerine iki grupta yedişer, bir grupta da dokuz kişi olmak üzere toplam 23 kişi katılmıştır. Odak grup görüşmeleri öncesinde Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Eğitim Fakültesinde iletişim kurulabilecek tüm sınıflara duyuru yapılmış ve aktif olarak sosyal medya sitelerini kullanan ve görüşmeye katılmaya gönüllü olan öğrenciler ile görüşme gruplarının oluşturulmasına karar verilmiştir. Grupların oluşturulmasında öğrencilerin yabancılık çekmemesi açısından birbirini tanıyan öğrencilerin aynı grupta olmasına önem gösterilerek bu şekilde öğrencilerin çekinerek sessiz kalabilmelerinin önüne geçilmeye çalışılmıştır.

Verilerin Toplanması

Çalışmada iki adet veri toplama aracı kullanılmıştır. Nicel verileri toplamak için araştırmacı tarafından geliştirilmiş olan ölçme aracı 2 bölümden oluşmaktadır. Ölçme

aracında, 6 maddeden oluşan kişisel bilgi formu ve 5li likert tipinde hazırlanmış 35 madde bulunmaktadır. Ölçme aracının 2. bölümünü oluşturan likert maddeler 5 “Kesinlikle Katılıyorum”, 1 “Kesinlikle Katılmıyorum” olacak şekilde derecelendirilmiştir. Likert-tipi sorular bir araştırmadaki görüşleri içeren ve görüşlere katılım düzeylerini belirten seçenekleri içermekte (Likert, 1932) ve genellikle ölçeklerde kullanılmakta olup “toplamlı derecelendirme ölçeği olarak bilinir (McMillan ve Schumacher, 2006). Çalışmanın nicel verilerini desteklemek amacıyla toplanacak nitel veriler için odak grup görüşmeleri yapılmıştır. Odak grup görüşmesi, belirli bir konuyla ilgili bir sorunun çözümüne yönelik katkı getirmek için önceden belirlenmiş sorular yardımıyla grubun görüşlerinin belirlendiği ve 6-8 kişilik gruplarda yürütülen bir araştırma yöntemidir (Yıldırım ve Şimsek, 2006).

Veri Toplama Araçlarının Hazırlanması

Araştırmada veri toplama aracı olarak ölçek geliştirilmesi planlanmıştır. Bu plan doğrultusunda öncelikle alan yazın taraması yapılmış ve bir madde havuzu oluşturulmuştur. Alan yazın taraması sayesinde ortaya çıkan maddelere ek olarak her sınıf düzeyinden en az 4 öğrenci olacak şekilde BÖTE bölümü öğrencileriyle 4 farklı odak grup görüşmesi yapılmıştır. Odak grup görüşmelerinde öğrencilere araştırmacı tarafından PAPA çerçevesinde derlenen dört senaryo sunulmuş ve bu senaryolara yönelik soruların üzerinde görüş bildirmeleri beklenmiştir. Yapılan odak grup görüşmelerinden elde edilen maddeler de madde havuzuna eklenmiştir. Alan yazın ve odak grup görüşmelerinden meydana çıkan madde havuzu düzenlenip veri toplama aracının formu oluşturulmuştur. 31 maddeden oluşan form ile toplam 22 araştırma görevlisi ve öğretim üyesiyle uzman paneli yapılmıştır. Yapılan uzman görüşü sonrasında gelen öneriler dahilinde 60 maddeye çıkan veri toplama formuna uzman görüşüne sunulmak üzere son hali verilmiştir. Uzman panelinden gelen öneri ve düzeltmeler yapıldıktan sonra formun yeniden düzenlenmiş konuya ve belirlenen çerçeveye uygunluk açısından BÖTE bölümünden 7 öğretim üyesinin dil geçerliliği açısından da 1 öğretim üyesinin görüşü alınmıştır. Tüm görüşler incelenmiş ve gerekli düzeltmeler yapılarak veri toplama aracına pilot uygulama öncesi son hali verilmiştir.

Çalışmada ikinci veri toplama aracı olarak araştırmacı tarafından oluşturulmuş görüşme formları kullanılmıştır. Öğretmen adaylarının sosyal medya etiği hakkında karşılıklarına gelen etik ikilemlere nasıl çözüm üreteceklerini belirlemek için sosyal medya etiğiyle ilgili karşılaşılabilecek 4 adet etik ikilem senaryosu hazırlanmıştır. Mason (1986) tarafından ortaya konan PAPA modeli temel alınarak oluşturulan senaryolar sosyal medyada gizlilik, doğruluk, fikri mülkiyet ve erişim boyutları temel alınarak araştırmacı tarafından yazılmıştır. Senaryolar, katılımcıların karşılaştıklarında karar vermekte zorlanacakları biçimde, bir seçimde etik davranış diğer seçimde ise ailesi, arkadaşı ya da işi gibi daha duygusal yönden bağlılığı olan durumlar olacak şekilde yazılmıştır. Senaryolara ilişkin konular seçilirken katılımcıların öğrenci oldukları göz önüne alınmış ve içinde buldukları duruma ilişkin cevaplar vermeleri zor olacağı düşüldüğünden geleceğe dair senaryolar hazırlanmıştır. Bu şekilde senaryolara daha tarafsız yaklaşabilecekleri düşünülmüştür.

Senaryoların hazırlanması aşamasında öncelikle alan yazın taraması yapılarak yaygın bilinen etik ikilem senaryoları incelenmiştir. Sonrasında ise öğrencilerle nicel veri toplama aracı hazırlanması öncesinde yapılan görüşmeler tekrar incelenmiştir. Görüşmelerin incelenmesi ve literatür taraması sonrasında hazırlanan senaryolar BÖTE bölümünden daha önce etik konusunda çalışmış olan bir uzman tarafından incelenerek, getirilen öneriler doğrultusunda gerekli düzeltmeler yapılmıştır. Hazırlanan senaryolar EK F de sunulmuştur. Bu senaryolar kapsamında odak grup görüşmeleri yapılmıştır.

Pilot Uygulama

Veri toplama aracının anlaşılabilirliğinin test edilmesi ve uygulama süresinin karar verilmesi için veri toplama aracına 16 öğrencinin katıldığı pilot uygulama çalışması yapılmıştır. Pilot uygulamaya katılan öğrencilere ait veriler Tablo 3'te verilmiştir.

Tablo 3: Pilot Uygulamaya Katılan Öğrenciler

Anabilim Dalı	Sınıf düzeyi	Öğrenci Sayısı	%
BÖTE	4	2	12,5
Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık	4	2	12,5

İlköğretim Matematik Öğretmenliği	3	2	12,5
Fen Bilgisi Öğretmenliği	3	2	12,5
Sınıf Öğretmenliği	2	2	12,5
Zihin Engelliler Öğretmenliği	2	2	12,5
Okul Öncesi Öğretmenliği	1	2	12,5
İngilizce Öğretmenliği	1	2	12,5
Toplam		16	100

Pilot uygulamada 8 anabilim dalından farklı sınıf düzeylerinden toplam 16 öğrenciden veri toplanmıştır. Pilot uygulama sonrasında anlaşılması sıkıntılı olan madde olmadığı belirlenmiş ve uygulamanın yaklaşık 10 dakika sürdüğü tespit edilmiştir.

Veri Toplama Araçlarının Uygulanması

Demografik bilgilerin yer aldığı ve 10 maddeden oluşan birinci kısım ile 35 maddenin yer aldığı ikinci kısmın yer aldığı veri toplama aracının üniversitelerin eğitim fakültelerinden uygulanmasına ilişkin gerekli yazışmalar yapılmıştır. Yazışmalar sonrasında ise uygulamaların yapılabilmesi için gerekli izinler ve etik kurul belgesi alınmıştır (EK A, EK B ve EK C). Uygulamada kullanılacak fakültelerin ulaşılabilir olması dolayısıyla tüm veriler araştırmacı tarafından toplanmıştır. 2015 Ekim ayında başlayan veri toplama süreci 2015 yılı Aralık ayında tamamlanmıştır.

Odak grup görüşmelerinde ise öğretmen adaylarına veri toplama aracındaki boyutlara paralel olarak hazırlanmış dört etik ikilem senaryosu sunulmuş ve bu konudaki görüşleri alınmıştır. Odak grup görüşmeleri 24 Nisan 2016 saat 12.12 'de 7 öğrenci ile, 25 Nisan 2016 saat 11.15'de 7 öğrenci ile ve 25 Nisan 2016 saat 15.42 'de 9 öğrenci ile olmak üzere üç odak grup görüşmesi yapılmıştır. Odak grup görüşmelerinden ilki yaklaşık 45 dk diğer ikisi ise yaklaşık yarım saat sürmüştür. Öğretmen adaylarının kendilerini görüşme sırasında rahat hissedebilmeleri ve görüşlerini rahat ifade edebilmeleri açısından birbirini tanıyan öğrencilerin aynı gruplarda olmasına dikkat edilmiştir. Odak grup görüşmeleri sırasında öğrenciler araştırmacıyı ve birbirlerini rahat görebilecekleri ve rahatlıkla duyabilecekleri şekilde

oturabilmeleri için ortam uygun bir şekilde ayarlanmıştır. Görüşmeler sırasında öğrencilerden yazılı izin formuyla izin alınmıştır (EK E). Sonrasında ise öğrencilere araştırmanın genel çerçevesinden bahsedilerek görüşme esnasında kullanılacak olan senaryolar öğrencilere dağıtılmıştır. Genel çerçeveden bahsedildikten sonra ilk senaryo ile görüşmeye başlanmıştır. Görüşme sırasında yapılacak olan kaydın kalitesi açısından iki ses kayıt cihazı kullanılmıştır.

Verilerin Çözümlemesi ve Analizi

Nitel verilerin çözümlemesine geçilmeden önce tüm veriler incelenmiş ve uygun doldurulmadığı düşünülen veri toplama araçları analiz dışı bırakılmıştır. Analize uygun olan 3788 veri toplama aracı numaralandırılmış ve bilgisayar ortamına aktarılmıştır. Verilerin analizinde SPSS paket programı kullanılmıştır. Veri toplama aracındaki maddeler bir model temel alınarak yazılmış olmasına rağmen, toplam puan alma ve gruplandırmaya elverişli olmadığından madde analizi yapılmasına karar verilmiştir. Analiz için kullanılacak olan Ki-kare bağımsızlık testi ölçülen değişkenler arasında bir bağıllık olup olmadığını test etmek için kullanılmaktadır (Sipahi, Yurtkoru, Çinko, 2010). Verilerin analizinde kullanılan bu testin ön koşulları Büyüköztürk (2009) tarafından değişkenlerin kategorik olması, her deneğin bir kez ölçülmüş olması, kategori üyeliklerinin birbirinden bağımsız olması ve bir kategorideki beklenen değerlerin sayısının en az 5 olması şeklinde belirtilmiştir. Bu ön koşullar sağlandığı için veri analizinde bu testin kullanılmasının uygun olduğu düşünülmüştür. Analiz sırasında beklenen değer 5'ten küçük olduğu durumlarda birleştirme ve analiz dışı bırakma yollarına gidilmiştir.

Araştırmada yapılan odak grup görüşmelerinin kayıtlarından elde edilen verilerin analizi için ise nitel veri analiz yöntemlerinden içerik analizi kullanılmıştır. İçerik analizi ile temel amaç bir metin grubunun içinden konuya ilişkin kavramlara ve ilişkilere ulaşmaktır. (Yıldırım ve Şimşek, 2006). İçerik analizine başlamadan önce öncelikle tüm kayıtlar herhangi bir değişiklik yapılmadan yazıya aktarılmıştır. Kayıtların yazıya aktarılmasında daha önce ses kaydı dökümü yapan birinden yardım

alınmıştır. Sonrasında ise bir yanlışlık olup olmadığı, tüm ses kayıtları dinlenerek kontrol edilmiştir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM BULGULAR VE YORUMLAR

Bu bölümde araştırmanın amacına uygun olarak toplanan verilere ilişkin bulgular ve bu bulguların yorumlarına yer verilmiştir.

Nicel Verilere İlişkin Bulgular

Sosyal medyadaki etik davranışlar anketinin geliştirilme sürecine ilişkin bulgular

Pilot uygulama sonrası gerekli düzenlemeler yapılarak ölçek geliştirme sürecindeki önemli basamaklardan biri olan açımlayıcı faktör analizi için veri toplanmaya başlanmıştır. Açımlayıcı faktör analizi için 55 maddeden oluşan veri toplama aracı uygulanmış ve veri toplama süreci Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Eğitim Fakültesi'nde yürütülmüştür. Eğitim Fakültesi'nde var olan 8 anabilim dalından, farklı sınıf düzeylerinden 618 öğrenciden veri toplanmıştır. Yapılan analize ilişkin sonuçlar Tablo 4'te verilmektedir.

Tablo 4: İlk Uygulama Sonrası Faktör Analizi

Madde	Ortak varyansa katkı	1.faktör	2.faktör	3.faktör	4.faktör
m47	,692	,819			
m48	,657	,807			
m53	,667	,804			
m24	,455	,630			
m25	,392	,562			
m2	,609		,776		
m3	,596		,759		
m4	,431		,627		
m5	,394		,610		
m16	,322		,535		
m43	,452			,658	
m45	,455			,652	
m29	,405			,626	
m51	,354			,577	

Tablo 4, devamı

Madde	Ortak varyansa katkı	1.faktör	2.faktör	3.faktör	4.faktör
m28	,351			,545	
m38	,375			,493	
m10	,513				,701
m11	,510				,695
m20	,355				,588
m8	,309				,420

KMO = .730 Bartlett = 1933,319 p < .05
Açıklanan varyans: 1. Faktör = 14.251; 2. Faktör = 12.625; 3. Faktör = 11.091; 4. Faktör = 8.426
Açıklanan toplam varyans = 46,463

Sipahi, Yurtkoru ve Çinko (2010) örneklem yeterliliğinin bir göstergesi olan KMO değeri için 0,80 ve yukarısını mükemmel 0,70-0,80 aralığını ise iyi kabul edilmiştir. Ancak araştırmacılar tarafından toplan veriler sonucunda elde edilen KMO değeri yeterli görülmemiştir. Benzer şekilde açıklanan varyans değeri de araştırmacılar tarafından yeterli görülmemiştir. Ayrıca faktörlerin altına giren maddeler incelendiğinde maddelerin birbirleriyle korelasyonlarının zayıf olduğu görülmüştür. Bu nedenle ölçme aracında düzenlemeye gidilip madde sayısı 37 ye indirilmiş ve tekrar

veri toplanmasına karar verilmiştir. İkinci kez toplanan veriler ilk gruptan farklı 499 öğrenciden veri toplanmıştır. Yapılan analizler sonucunda ilk analize benzer şekilde örneklem büyüklük uygunluğu değeri olan KMO ve açıklanan varyans ölçek geliştirmek için yeterli görülmemiştir. Yapılan analize ilişkin sonuçlar Tablo 5'te verilmiştir.

Tablo 5: İkinci Uygulama Sonrası Faktör Analizi

Madde	Ortak varyansa katkı	1.faktör	2.faktör	3.faktör	4.faktör
m2	,612	,772			
m3	,589	,764			
m27	,435	,562			
m29	,347	,541			
m7	,471		,652		
m6	,460		,648		
m14	,417		,626		

Tablo 5, devamı

Madde	Ortak varyansa katkı	1.faktör	2.faktör	3.faktör	4.faktör
m13	,263		,497		
m36	,232		,355		
m17	,734			,853	
m18	,704			,825	
m35	,248			,470	
m33	,413				,583
m9	,366				,547
m21	,321				,545
m22	,367				,533
m20	,395				,501
m31	,291				,403

KMO = .663 Bartlett = 922.898, p < .05

Açıklanan varyans: 1. Faktör = 11.920; 2. Faktör = 10.798; 3. Faktör = 10.247; 4. Faktör = 9.606

Açıklanan toplam varyans = 42.574

Bu analiz sonrasında da ölçme arasında yeniden düzeltmeler yapılmasına karar verilmiştir ve düzeltilmiş haliyle 34 maddelik ölçme aracı 438 farklı öğrenciye uygulanmıştır. Ancak yapılan analizler sonucunda ilk iki analize benzer şekilde örneklem büyüklük uygunluğu değeri olan KMO ve açıklanan varyans ölçek geliştirmek için yeterli görülmemiştir. Yapılan analize ilişkin sonuçlar Tablo 6'da verilmiştir.

Tablo 6: Üçüncü Uygulama Sonrası Faktör Analizi

Madde	Ortak varyansa katkı	1. faktör	2. faktör	3. faktör	4. faktör
m21	,406	,634			
m22	,380	,594			
m9	,378	,564			
m29	,503	,561			
m20	,359	,536			
m8	,341	,484			
m6	,221	,393			
m17	,537		,714		

Tablo 6,devamı

Madde	Ortak varyansa katkı	1. faktör	2. faktör	3. faktör	4. faktör
m17	,537		,714		
m18	,537		,688		
m30	,475		,666		
m24	,429		,608		
m14	,306		,464		
m16	,281		,343		
m3	,647			,801	
m2	,574			,755	
m28	,453			,559	
m11	,254			,421	
m4	,248			,418	
m33	,334				,538
m31	,314				,509
m19	,311				,504
m34	,348				,503
m15	,414				,502

m25	,361	,494
m10	,243	,484

KMO = .795 Bartlett = 1679.862 p < .05

Açıklanan varyans:

1. Faktör = 11.286; 2. Faktör = 10.069; 3. Faktör = 9.116; 4. Faktör = 8.138

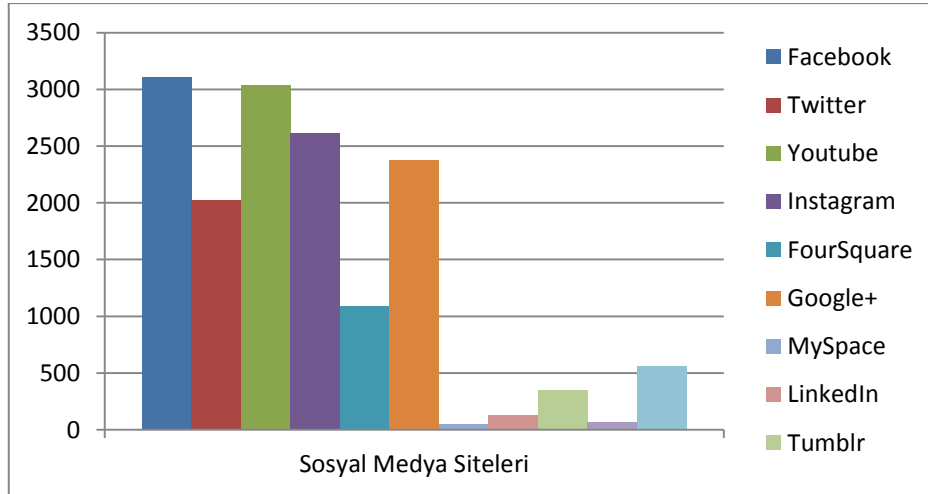
Açıklanan toplam varyans = 38.609

Farklı bölümlerden ve farklı sınıf düzeylerinden öğrencilere uygulanmış olmasına rağmen analizler sonucunda ölçek geliştirmek için yeterli sonuçlara ulaşılamayan veri toplama aracının ölçek olarak kullanılamayacağına karar verilmiştir. Bu nedenle araştırmada formun revize edilerek anket (EK D) olarak kullanılması kararlaştırılmıştır.

Öğretmen adaylarının sosyal medya kullanım durumlarına ilişkin bulgular

Öğretmen adaylarının sosyal medya kullanım durumlarına göre dağılımı Şekil 7’de verilmiştir.

Şekil 7 : Öğretmen adaylarının sosyal medya kullanım durumları



Araştırmaya katılan öğrenciler çeşitli sosyal medya sitelerini kullanmaktadırlar. Öğrenciler tarafından en çok kullanılan sosyal medya sitesi Facebook olmakla birlikte öğrencilerin çoğunluğu Twitter, Youtube, Instagram ve Google+ kullanmaktadır. Öğrencilerden 3107’si (%89,1) Facebook, 2024’ü (%58,1) Twitter, 3037’si (%87,1)

YouTube, 2609'u Instagram (%74,8) ve 2379'u (%68,2) Google+ kullanmaktadır. Özellikle Facebook, YouTube ve Instagram'ın öğrenciler tarafından diğer sosyal medya uygulama ve sitelerine göre daha sık kullanıyor olmasının sebebi bu sitelerin daha fazla görsel içerik temelli olması kaynaklı olması olabilir. Verilen seçeneklerden farklı olarak araştırmaya katılan öğrencilerin diğer seçeneğine yazdığı sosyal medya sitelerinin çoğunluğunun Swarm ve Snapchat olduğu belirlenmiştir. Ayrıca bazı öğrenciler Whatsapp mesajlaşma uygulamasını da sosyal medya hesabı olarak düşünerek bu seçeneğe yazmışlardır.

Cinsiyet Değişkeninin Sosyal Medya Etiği Üzerine Etkisine İlişkin Bulgular

Araştırmada ele alınan PAPA modelinin dört boyutu, cinsiyet açısından farklılaşıp farklılaşmadığına ilişkin olarak incelenmiştir. Gizlilik boyutuna ilişkin bulgular Tablo 7'de verilmektedir.

Tablo 7: Katılımcıların Gizlilik Boyutunda Cinsiyetlerine Göre Verdikleri Yanıtlara İlişkin Ki-Kare Testi Sonuçları

GİZLİLİK			
Madde Numarası	Madde	χ^2	p
1	Bir başkasının açık kalmış sosyal medya kullanıcı hesabına (Facebooki Twitter vb.) bakmam	1,909	.167
8	Arkadaşlarımı sosyal medya gruplarına onaylarımı almadan eklemem.	9,823	,002
9	Sosyal medya hesabımda sinirlendiğim kişiyi hedef alan paylaşımlarda bulunmam.	,182	,670
16	Üçüncü şahısların bana kolaylıkla ulaşmasını sağlayacak bilgileri (üniversite, bölüm, sınıf, şehir, adres, e-posta adresim, telefon numarası vb.) sosyal medya hesabımda paylaşmam.	14,140	,000
17	Birine sinirlendiğim zaman bunu kendisiyle özel bir mesaj ile paylaşırım.	13,563	,000
18	Arkadaşımın yanlışlıkla paylaştığını tahmin ettiğim bir bilgiyi yaymam.	6,494	,011
23	Benim de olduğum bir fotoğrafın bana sorulmadan paylaşılmasına izin vermem.	58,446	,000
27	Arkadaşlarımın da içinde olduğu fotoğrafları/videoaları sosyal medya hesabımda izinlerini alarak paylaşırım.	69,897	,000
31	Arkadaşlarıma ilişkin kişisel bilgileri sosyal medyada paylaşmam.	11,757	,001
35	Sosyal medya hesabımda aile bireylerime sormadan onlara ilişkin bilgi paylaşmam.	,092	,762

Gizlilik boyutuna ilişkin 10 madde bulunmaktadır ve bu 10 maddeden 7 madde için verilen yanıtlar cinsiyet değişkeni açısından anlamlı derecede farklılaşmaktadır. Gizlilik boyutundaki madde 8 ($\chi^2=9,823$; $p<.05$), madde 16 ($\chi^2=14,140$; $p<.05$), madde 17 ($\chi^2=13,563$; $p<.05$), madde 18 ($\chi^2=6,494$; $p<.05$), madde 23 ($\chi^2=58,446$; $p<.05$), madde 27 ($\chi^2=69,897$; $p<.05$) ve madde 31'e ($\chi^2=11,757$; $p<.05$) verilen yanıtların cinsiyete bağlı olduğu görülmektedir. Bu maddelere katılımcıların verdiği yanıtlar incelendiğinde kadın katılımcıların gizlilik konusunda erkek katılımcılara göre daha hassas olduklarını ve daha fazla etik davranışta bulunma eğiliminde olduklarını söylemek mümkündür.

Katılımcıların verdiği yanıtlar doğrultusunda doğruluk boyutuna ilişkin bulgular Tablo 8'de verilmektedir.

Tablo 8: Katılımcıların Doğruluk Boyutunda Cinsiyetlerine Göre Verdikleri Yanıtlara İlişkin Ki-Kare Testi Sonuçları

DOĞRULUK			
Madde Numarası	Madde	χ^2	p
2	Bir yerde bulunmadığım halde oradaymış gibi yer bildirimini yaparım .	,011	,915
7	Sosyal medyada farklı amaçlarla (oyundan fazla hak almak, düşüncelerimi daha rahat paylaşmak vb.) birden fazla hesap kullanırım.	8,052	,005
10	Doğruluğundan emin olmadığım bilgileri paylaşmam.	,146	,702
15	Davet edildiğim sayfaları beğenmeden önce içeriğine bakarım.	6,320	,012
19	Bir iletiyi tekrar paylaşırken (retweet, regram vb.) iletinin ilk paylaşıldığı hesabın gerçek bir kişiye ait olduğunu kontrol ederim.	,010	,919
24	Bir iletiyi tekrar paylaşırken (retweet, regram vb.) iletinin doğruluğunu kontrol ederim.	3,051	0,81
28	Virüslü olduğunu bildiğim iletiyi paylaşmam.	21,196	,000
32	Kullanıcı hesabımda beni tanımlayıcı gerçek bilgileri (isim-soyisim/okul vb.) kullanırım.	4,152	,042

Doğruluk boyutuna ilişkin 8 maddeden 4 madde için verilen yanıtlar anlamlı derecede farklılaşmaktadır. Ölçme aracındaki madde 7 ($\chi^2=8,052$; $p<.05$), madde 15 ($\chi^2=6,320$; $p<.05$), madde 28 ($\chi^2=21,196$; $p<.05$) ve madde 32'ye ($\chi^2=4,152$; $p<.05$) verilen yanıtların cinsiyete bağlı olduğu görülmektedir. Bu maddelere verilen yanıtlar

da kadın katılımcıların doğruluk açısından daha fazla etik davranış sergileme eğiliminde olduklarını göstermiştir.

Katılımcıların verdiği yanıtlar doğrultusunda fikri mülkiyet boyutuna ilişkin bulgular Tablo 9’da verilmektedir.

Tablo 9: Katılımcıların Fikri Mülkiyet Boyutunda Cinsiyetlerine Göre Verdikleri Yanıtlara İlişkin Ki-Kare Testi Sonuçları

FİKRİ MÜLKİYET			
Madde Numarası	Madde	χ^2	p
3	Hassas konulara ilişkin (din, politika vb.) görüşlerimi başka kişilerin (şair, politikacı vb.) adı altında paylaşıyorum.	3,528	,060
4	İnternette ulaşılamayan (kitap, makale vb.) kaynakları sosyal medya siteleri üzerinden paylaşıyorum.	,559	,455
6	Sosyal medyada başkalarının özel hayatlarını ilgilendiren paylaşımlarda bulunmam.	4,777	,029
11	Birinin yazdığı bir iletiyi kopyalayarak sayfamda aynen yayınlıyorum.	1,039	,308
14	Başkalarına karşı nefret söylemi içeren iletiler paylaşmam.	9,798	,002

Tablo 9, devamı

FİKRİ MÜLKİYET			
Madde Numarası	Madde	χ^2	p
20	Paylaşım yaparken paylaştığım bilginin kaynağını bildiririm.	3,978	,046
22	Çok sinirlendiğim zaman küfür/hakaret içeren iletiler paylaşıyorum.	146,474	,000
25	Arkadaşlarımı eğlendirmek için tanımadığım insanların komik hallerini paylaşıyorum.	36,189	,000
29	Sosyal medya üzerinden arkadaşlarımın kişilik haklarını ihlal edecek tartışmalara girmem.	55,196	,000
34	Başkası tarafından paylaşılan fotoğraf ya da iletileri kimin olduğunu belirtmeden paylaşmam.	,452	,501

Fikri mülkiyet boyutuna ilişkin 10 madde bulunmaktadır ve bu boyuta ilişkin maddelerden 6 madde için verilen yanıtlar anlamlı derecede farklılaşmaktadır. Ölçme aracındaki madde 6 ($\chi^2=4,777$; $p<.05$), madde 14 ($\chi^2=9,798$; $p<.05$), madde 20 ($\chi^2=3,978$; $p<.05$), madde 22 ($\chi^2=146,474$; $p<.05$), madde 25 ($\chi^2=36,189$; $p<.05$), ve madde 29’a ($\chi^2=55,196$; $p<.05$) verilen yanıtların cinsiyete bağlı olduğu görülmektedir. Bu maddeler arasında özellikle 22 maddedeki farklılaşmanın erkeklerden kaynaklı

olduğu görülmektedir. Bu maddeler incelendiğinde erkek katılımcıların sinirlendikleri zaman yaptıkları paylaşımların fikri mülkiyet haklarını tehdit edecek nitelikte olabildiği söylenebilir.

Katılımcıların verdiği yanıtlar doğrultusunda erişim boyutuna ilişkin bulgular Tablo 10'da verilmektedir.

Tablo 10: Katılımcıların Erişim Boyutunda Cinsiyetlerine Göre Verdikleri Yanıtlara İlişkin Ki-Kare Testi Sonuçları

ERİŞİM			
Madde Numarası	Madde	χ^2	p
5	Sosyal medyada paylaşım yaparken istediğim zaman tamamen silebileceğimi düşünerek rahatlıkla paylaşımında bulunurum.	5,272	,022
12	Arkadaşlarımın paylaşımlarına, başkalarının da göreceğini göz önünde bulundurarak yorum yaparım.	2,656	,103
13	Sosyal medyada, paylaşımlarımı onayladığım sözleşmeyi de göz önünde bulundurarak yaparım	48,146	,000

Tablo 10, devamı

ERİŞİM			
Madde Numarası	Madde	χ^2	p
21	Tanımadığım kişilere arkadaşlık isteği yollarım	200,749	,000
26	Oynadığım oyunların benim adıma paylaşım yapmasını kabul ederim	20,538	,000
30	Paylaşımlarımı görebilecek kişileri sınırlarım	129,480	,000
33	Tanımadığım kişilerden gönderilen arkadaşlık isteklerini kabul ederim	379,985	,000

Erişim boyutunda bulunan 7 maddeden 6 madde için verilen yanıtlar anlamlı derecede farklılaşmaktadır. Ölçme aracındaki madde 5 ($\chi^2=5,272$; $p<.05$), madde 13 ($\chi^2=48,146$; $p<.05$), madde 21 ($\chi^2=200,749$; $p<.05$), madde 26 ($\chi^2=20,538$; $p<.05$), madde 30 ($\chi^2=129,480$; $p<.05$), ve madde 33'ye ($\chi^2=379,985$; $p<.05$) verilen yanıtların cinsiyete bağlı olduğu görülmektedir. Bu maddeler arasında 21.ve 33. maddelerin kadın katılımcıların verdiği yanıtlardan kaynaklandığını söylemek mümkündür. Özellikle bu maddelere bakıldığında kadın katılımcıların tanımadıkları kişilere arkadaşlık göndermek

ya da onların arkadaşlık tekliflerini kabul etmek konusunda daha katı oldukları görülmektedir.

Sınıf Değişkeninin Sosyal Medya Etiği Üzerine Etkisine İlişkin Bulgular

Araştırmada ele alınan PAPA modelinin dört boyutu, sınıf düzeyi açısından farklılaşıp farklılaşmadığına ilişkin olarak incelenmiştir. Gizlilik boyutuna ilişkin bulgular Tablo 11’de verilmektedir.

Tablo 11: Katılımcıların Gizlilik Boyutunda Sınıf Düzeylerine Göre Verdikleri Yanıtlara İlişkin Ki-Kare Testi Sonuçları

GİZLİLİK			
Madde Numarası	Madde	χ^2	p
1	Bir başkasının açık kalmış sosyal medya kullanıcı hesabına (Facebooki Twitter vb.) bakmam	,439	,508
8	Arkadaşlarımı sosyal medya gruplarına onaylarımı almadan eklemem.	7,632	,006
9	Sosyal medya hesabımda sınırladığım kişiyi hedef alan paylaşımlarda bulunmam.	1,180	,277
16	Üçüncü şahısların bana kolaylıkla ulaşmasını sağlayacak bilgileri (üniversite, bölüm, sınıf, şehir, adres, e-posta adresim, telefon numarası vb.) sosyal medya hesabımda paylaşmam.	1,665	,197
17	Birine sınırladığım zaman bunu kendisiyle özel bir mesaj ile paylaşıyorum.	2,596	,107
18	Arkadaşımın yanlışlıkla paylaştığını tahmin ettiğim bir bilgiyi yaymam.	,336	,562
23	Benim de olduğum bir fotoğrafın bana sorulmadan paylaşılmasına izin vermem.	2,080	,149
27	Arkadaşlarımın da içinde olduğu fotoğrafları/videoları sosyal medya hesabımda izinlerini alarak paylaşıyorum.	1,997	,158
31	Arkadaşlarıma ilişkin kişisel bilgileri sosyal medyada paylaşmam.	,511	,475
35	Sosyal medya hesabımda aile bireylerime sormadan onlara ilişkin bilgi paylaşmam.	,769	,380

Gizlilik boyutuna ilişkin 10 madde bulunmaktadır ve bu 10 maddeden yalnızca bir madde için verilen yanıtlar anlamlı derecede farklılaşmaktadır. Gizlilik boyutundaki madde 8’e ($\chi^2=7,632$; $p<.05$) verilen yanıtların sınıf düzeyine bağlı olduğu

görülmektedir. Bu maddeye verilen yanıtlar sınıf düzeyi değişkeni açısından incelendiği zaman üst sınıflardaki katılımcıların daha fazla etik dışı davranış sergileme eğiliminde oldukları söylenebilir.

Katılımcıların verdiği yanıtlar doğrultusunda doğruluk boyutuna ilişkin bulgular Tablo 12’de verilmektedir.

Tablo 12: Katılımcıların Doğruluk Boyutunda Sınıf Düzeylerine Göre Verdikleri Yanıtlara İlişkin Ki-Kare Testi Sonuçları

DOĞRULUK			
Madde Numarası	Madde	χ^2	p
2	Bir yerde bulunmadığım halde oradaymış gibi yer bildirimini yaparım .	,612	,434
7	Sosyal medyada farklı amaçlarla (oyundan fazla hak almak, düşüncelerimi daha rahat paylaşmak vb.) birden fazla hesap kullanırım.	10,430	,001
10	Doğruluğundan emin olmadığım bilgileri paylaşmam.	,031	,860
15	Davet edildiğim sayfaları beğenmeden önce içeriğine bakarım.	3,457	,063

Tablo 12, devamı

DOĞRULUK			
Madde Numarası	Madde	χ^2	p
19	Bir iletiyi tekrar paylaşırken (retweet, regram vb.) iletinin ilk paylaşıldığı hesabın gerçek bir kişiye ait olduğunu kontrol ederim.	6,599	,010
24	Bir iletiyi tekrar paylaşırken (retweet, regram vb.) iletinin doğruluğunu kontrol ederim.	,631	,427
28	Virüslü olduğunu bildiğim iletiyi paylaşmam.	,043	,837
32	Kullanıcı hesabımda beni tanımlayıcı gerçek bilgileri (isim-soyisim/okul vb.) kullanırım.	2,679	,102

Doğruluk boyutuna ilişkin 8 maddeden 2 madde için verilen yanıtlar anlamlı derecede farklılaşmaktadır. Ölçme aracındaki madde 7 ($\chi^2=10,430$; $p<.05$) ve madde 19’a ($\chi^2=6,599$; $p<.05$) verilen yanıtların sınıf düzeyine bağlı olduğu görülmektedir. Doğruluk boyutunda sınıf düzeyine bağlı maddeler incelendiğinde üst sınıflardaki katılımcıların daha fazla etik davranma eğiliminde oldukları görülmektedir.

Katılımcıların verdiği yanıtlar doğrultusunda fikri mülkiyet boyutuna ilişkin bulgular Tablo 13’de verilmektedir.

Tablo 13: Katılımcıların Fikri Mülkiyet Boyutunda Sınıf Düzeylerine Göre Verdikleri Yanıtlara İlişkin Ki-Kare Testi Sonuçları

FİKRİ MÜLKİYET			
Madde Numarası	Madde	χ^2	p
3	Hassas konulara ilişkin (din, politika vb.) görüşlerimi başka kişilerin (şair, politikacı vb.) adı altında paylaşırım.	1,249	,264
4	İnternette ulaşılabilen (kitap, makale vb.) kaynakları sosyal medya siteleri üzerinden paylaşırım.	,347	,556
6	Sosyal medyada başkalarının özel hayatlarını ilgilendiren paylaşımlarda bulunmam.	,222	,638
11	Birinin yazdığı bir iletiyi kopyalayarak sayfamda aynen yayınlamam.	,257	,612
14	Başkalarına karşı nefret söylemi içeren iletiler paylaşmam.	,601	,438
20	Paylaşım yaparken paylaştığım bilginin kaynağını bildiririm.	22,838	,000
22	Çok sinirlendiğim zaman küfür/hakaret içeren iletiler paylaşırım.	7,930	,005
25	Arkadaşlarımı eğlendirmek için tanımadığım insanların komik hallerini paylaşırım.	4,253	,039
29	Sosyal medya üzerinden arkadaşlarımın kişilik haklarını ihlal edecek tartışmalara girmem.	,222	,637
34	Başkası tarafından paylaşılan fotoğraf ya da iletileri kimin olduğunu belirtmeden paylaşmam.	,847	,357

Fikri mülkiyet boyutuna ilişkin 10 madde bulunmaktadır ve bu boyuta ilişkin maddelerden 3 madde için verilen yanıtlar anlamlı derecede farklılaşmaktadır. Ölçme aracındaki madde 20 ($\chi^2=22,838$; $p<.05$), madde 22 ($\chi^2=7,930$; $p<.05$) ve madde 25'e ($\chi^2=4,253$; $p<.05$) verilen yanıtların alana bağlı olduğu görülmektedir. Verilen yanıtlar incelendiğinde üst sınıflardaki katılımcıların daha özellikle söz konusu bilgi/belge paylaşımı olduğunda daha hassas davrandıklarını söylemek mümkündür. Ayrıca doğruluk boyutundaki madde 19 da benzer durumu yansıtmaktadır. Bunun nedenini sosyal medya etiği açısından boyutların birbiriyle iç içe olması ve ilgili maddenin fikri mülkiyet boyutunun içine de dahil olmasıyla açıklamak mümkündür.

Katılımcıların verdiği yanıtlar doğrultusunda erişim boyutuna ilişkin bulgular Tablo 14'de verilmektedir.

Tablo 14: Katılımcıların Erişim Boyutunda Sınıf Düzeylerine Göre Verdikleri Yanıtlara İlişkin Ki-Kare Testi Sonuçları

ERİŞİM

Madde Numarası	Madde	χ^2	p
5	Sosyal medyada paylaşım yaparken istediğim zaman tamamen silebileceğimi düşünerek rahatlıkla paylaşımında bulunurum.	9,153	,002
12	Arkadaşlarımın paylaşımlarına, başkalarının da göreceğini göz önünde bulundurarak yorum yaparım.	13,669	,000
13	Sosyal medyada, paylaşımlarımı onayladığım sözleşmeyi de göz önünde bulundurarak yaparım	,203	,652
21	Tanımadığım kişilere arkadaşlık isteği yollarım	,037	,847
26	Oynadığım oyunların benim adıma paylaşım yapmasını kabul ederim	3,165	,075
30	Paylaşımlarımı görebilecek kişileri sınırlarım	,756	,385
33	Tanımadığım kişilerden gönderilen arkadaşlık isteklerini kabul ederim	3,988	,046

Erişim boyutunda bulunan 7 maddeden 2 madde için verilen yanıtlar anlamlı derecede farklılaşmaktadır. Ölçme aracındaki madde 5 ($\chi^2=9,153$; $p<.05$), madde12 ($\chi^2=13,669$; $p<.05$) ve madde 33'e ($\chi^2=3,988$; $p<.05$) verilen yanıtların sınıf düzeyine bağlı olduğu görülmektedir.

Alan Değişkeninin Sosyal Medya Etiği Üzerine Etkisine İlişkin Bulgular

Araştırmada ele alınan PAPA modelinin dört boyutu, öğrenim görülen alan açısından farklılaşp farklılaşmadığına ilişkin olarak incelenmiştir. Gizlilik boyutuna ilişkin bulgular Tablo 15'de verilmektedir.

Tablo 15: Katılımcıların Gizlilik Boyutunda Öğrenim Görülen Alana Göre Verdikleri Yanıtlara İlişkin Ki-Kare Testi Sonuçları

GİZLİLİK			
Madde Numarası	Madde	χ^2	p
1	Bir başkasının açık kalmış sosyal medya kullanıcı hesabına (Facebooki Twitter vb.) bakmam	0,547	0,460
8	Arkadaşlarımı sosyal medya gruplarına onaylarını almadan eklemem.	1,287	0,257
9	Sosyal medya hesabımda sinirlendiğim kişiyi hedef alan paylaşımlarda bulunmam.	0,121	0,728
16	Üçüncü şahısların bana kolaylıkla ulaşmasını sağlayacak bilgileri (üniversite, bölüm, sınıf, şehir, adres, e-posta adresim, telefon numarası vb.) sosyal medya	6,983	0,008

	hesabımda paylaşmam.		
17	Birine sınırlendiğim zaman bunu kendisiyle özel bir mesaj ile paylaşırım.	5,104	,024
18	Arkadaşımın yanlışlıkla paylaştığını tahmin ettiğim bir bilgiyi yaymam.	,017	,896
23	Benim de olduğum bir fotoğrafın bana sorulmadan paylaşılmasına izin vermem.	9,182	,002
27	Arkadaşlarımın da içinde olduğu fotoğrafları/videoları sosyal medya hesabımda izinlerini alarak paylaşırım.	3,630	,057
31	Arkadaşlarıma ilişkin kişisel bilgileri sosyal medyada paylaşmam.	4,652	,031
35	Sosyal medya hesabımda aile bireylerime sormadan onlara ilişkin bilgi paylaşmam.	,837	,360

Gizlilik boyutuna ilişkin 10 madde bulunmaktadır ve bu 10 maddeden 4 madde için verilen yanıtlar anlamlı derecede farklılaşmaktadır. Gizlilik boyutundaki madde 16 ($\chi^2=6,983$; $p<.05$), madde 17 ($\chi^2=5,104$; $p<.05$), madde 23 ($\chi^2=9,182$; $p<.05$) ve madde 31'e ($\chi^2=4,652$; $p<.05$) verilen yanıtların alana bağlı olduğu görülmektedir.

Katılımcıların verdiği yanıtlar doğrultusunda doğruluk boyutuna ilişkin bulgular Tablo 16'da verilmektedir.

Tablo 16: Katılımcıların Doğruluk Boyutunda Öğrenim Görülen Alana Göre Verdikleri Yanıtlara İlişkin Ki-Kare Testi Sonuçları

DOĞRULUK			
Madde Numarası	Madde	χ^2	p
2	Bir yerde bulunmadığım halde oradaymış gibi yer bildirim yapıyorum .	3,965	,046
7	Sosyal medyada farklı amaçlarla (oyundan fazla hak almak, düşüncelerimi daha rahat paylaşmak vb.) birden fazla hesap kullanırım.	1,652	,199
10	Doğruluğundan emin olmadığım bilgileri paylaşmam.	,302	,583
15	Davet edildiğim sayfaları beğenmeden önce içeriğine bakarım.	,042	,838
19	Bir iletiyi tekrar paylaşırken (retweet, regram vb.) iletinin ilk paylaşıldığı hesabın gerçek bir kişiye ait olduğunu kontrol ederim.	2,401	,121
24	Bir iletiyi tekrar paylaşırken (retweet, regram vb.) iletinin doğruluğunu kontrol ederim.	,400	,527
28	Virüslü olduğunu bildiğim iletiyi paylaşmam.	,037	,847
32	Kullanıcı hesabımda beni tanımlayıcı gerçek bilgileri (isim-soyisim/okul vb.) kullanırım.	,916	,338

Doğruluk boyutuna ilişkin 8 maddeden 1 madde için verilen yanıtlar anlamlı derecede farklılaşmaktadır. Ölçme aracındaki madde 2'ye ($\chi^2=3,965$; $p<.05$) verilen

yanıtların alana bağılı olduğu görülmektedir. Bu maddeye göre öğrencilerin büyük çoğunluğu olmadığı yerde yer bildirimini yapmıyor olmasına rağmen, bu konuda doğru bildirimde bulunmayan öğrenciler de olduğu görülmektedir.

Katılımcıların verdiği yanıtlar doğrultusunda fikri mülkiyet boyutuna ilişkin bulgular Tablo 17’de verilmektedir.

Tablo 17: Katılımcıların Fikri Mülkiyet Boyutunda Öğrenim Görülen Alana Göre Verdikleri Yanıtlara İlişkin Ki-Kare Testi Sonuçları

FİKRİ MÜLKİYET			
Madde Numarası	Madde	χ^2	p
3	Hassas konulara ilişkin (din, politika vb.) görüşlerimi başka kişilerin (şair, politikacı vb.) adı altında paylaşıyorum.	,851	,356
4	İnternette ulaşılabilen (kitap, makale vb.) kaynakları sosyal medya siteleri üzerinden paylaşıyorum.	1,841	,175
6	Sosyal medyada başkalarının özel hayatlarını ilgilendiren paylaşımlarda bulunmam.	,365	,546
11	Birinin yazdığı bir iletiyi kopyalayarak sayfamda aynen yayınlıyorum.	,012	,913
14	Başkalarına karşı nefret söylemi içeren iletiler paylaşmam.	2,039	,153
20	Paylaşım yaparken paylaştığım bilginin kaynağını bildiririm.	,838	,360
22	Çok sinirlendiğim zaman küfür/hakaret içeren iletiler paylaşıyorum.	5,466	,019

Tablo 17, devamı

FİKRİ MÜLKİYET			
Madde Numarası	Madde	χ^2	p
25	Arkadaşlarımı eğlendirmek için tanımadığım insanların komik hallerini paylaşıyorum.	5,134	,023
29	Sosyal medya üzerinden arkadaşlarımla kişilik haklarımı ihlal edecek tartışmalara girmem.	11,502	,001
34	Başkası tarafından paylaşılan fotoğraf ya da iletileri kimin olduğunu belirtmeden paylaşmam.	,005	,945

Fikri mülkiyet boyutuna ilişkin 10 madde bulunmaktadır ve bu boyuta ilişkin maddelerden 3 madde için verilen yanıtlar anlamlı derecede farklılaşmaktadır. Ölçme aracındaki madde 22 ($\chi^2=5,466$; $p<.05$), madde 25 ($\chi^2=5,134$; $p<.05$) ve madde 29’a ($\chi^2=11,502$; $p<.05$) verilen yanıtların alana bağılı olduğu görülmektedir.

Katılımcıların verdiği yanıtlar doğrultusunda erişim boyutuna ilişkin bulgular Tablo 18’de verilmektedir.

Tablo 18: Katılımcıların Erişim Boyutunda Öğrenim Görülen Alana Göre Verdikleri Yanıtlara İlişkin Ki-Kare Testi Sonuçları

ERİŞİM			
Madde Numarası	Madde	χ^2	p
5	Sosyal medyada paylaşım yaparken istediğim zaman tamamen silebileceğimi düşünerek rahatlıkla paylaşımında bulunurum.	,026	,873
12	Arkadaşlarımın paylaşımlarına, başkalarının da göreceğini göz önünde bulundurarak yorum yaparım.	,719	,396
13	Sosyal medyada, paylaşımlarımı onayladığım sözleşmeyi de göz önünde bulundurarak yaparım	11,256	,001
21	Tanımadığım kişilere arkadaşlık isteği yollarım	1,570	,210
26	Oynadığım oyunların benim adıma paylaşım yapmasını kabul ederim	,584	,445
30	Paylaşımlarımı görebilecek kişileri sınırlarım	3,054	,081
33	Tanımadığım kişilerden gönderilen arkadaşlık isteklerini kabul ederim	4,652	,031

Erişim boyutunda bulunan 7 maddeden 2 madde için verilen yanıtlar anlamlı derecede farklılaşmaktadır. Ölçme aracındaki madde 13 ($\chi^2=11,256$; $p<.05$) ve madde 33’ye ($\chi^2=4,652$; $p<.05$) verilen yanıtların alana bağlı olduğu görülmektedir.

Sahip Olunan Sosyal Medya Hesabı Sayısı Değişkeninin Sosyal Medya Etiği Üzerine Etkisine İlişkin Bulgular

Araştırmada ele alınan PAPA modelinin dört boyutu, sahip olunan sosyal medya hesabı açısından farklılaşıp farklılaşmadığına ilişkin olarak incelenmiştir. Gizlilik boyutuna ilişkin bulgular Tablo 19’da verilmektedir.

Tablo 19: Katılımcıların Gizlilik Boyutunda Sosyal Medya Hesabı Sayısına Göre Verdikleri Yanıtlara İlişkin Ki-Kare Testi Sonuçları

GİZLİLİK			
Madde Numarası	Madde	χ^2	p
1	Bir başkasının açık kalmış sosyal medya kullanıcı hesabına (Facebooki Twitter vb.) bakmam	18,861	,000
8	Arkadaşlarımı sosyal medya gruplarına onaylarını almadan eklemem.	,038	,845

9	Sosyal medya hesabımda sinirlendiğim kişiyi hedef alan paylaşımlarda bulunmam.	18,150	,000
16	Üçüncü şahısların bana kolaylıkla ulaşmasını sağlayacak bilgileri (üniversite, bölüm, sınıf, şehir, adres, e-posta adresim, telefon numarası vb.) sosyal medya hesabımda paylaşmam.	38,858	,000
17	Birine sinirlendiğim zaman bunu kendisiyle özel bir mesaj ile paylaşırım.	,136	,712
18	Arkadaşımın yanlışlıkla paylaştığını tahmin ettiğim bir bilgiyi yaymam.	1,883	,170
23	Benim de olduğum bir fotoğrafın bana sorulmadan paylaşılmasına izin vermem.	,125	,723
27	Arkadaşlarımın da içinde olduğu fotoğrafları/videoları sosyal medya hesabımda izinlerini alarak paylaşırım.	,123	,726
31	Arkadaşlarıma ilişkin kişisel bilgileri sosyal medyada paylaşmam.	2,674	,102
35	Sosyal medya hesabımda aile bireylerime sormadan onlara ilişkin bilgi paylaşmam.	2,138	,144

Gizlilik boyutuna ilişkin 10 madde bulunmaktadır ve bu 10 maddeden 3 madde için verilen yanıtlar anlamlı derecede farklılaşmaktadır. Gizlilik boyutundaki madde 1 ($\chi^2=18,861$; $p<.05$), madde 9 ($\chi^2=18,150$; $p<.05$) ve madde 16 'ya ($\chi^2=38,858$; $p<.05$) verilen yanıtların sosyal medya sayısına bağlı olduğu görülmektedir.

Katılımcıların verdiği yanıtlar doğrultusunda doğruluk boyutuna ilişkin bulgular Tablo 20'de verilmektedir.

Tablo 20: Katılımcıların Doğruluk Boyutunda Sosyal Medya Hesabı Sayısına Göre Verdikleri Yanıtlara İlişkin Ki-Kare Testi Sonuçları

DOĞRULUK			
Madde Numarası	Madde	χ^2	p
2	Bir yerde bulunmadığım halde oradaymış gibi yer bildirimini yaparım .	5,868	,015
7	Sosyal medyada farklı amaçlarla (oyundan fazla hak almak, düşüncelerimi daha rahat paylaşmak vb.) birden fazla hesap kullanırım.	16,721	,000
10	Doğruluğundan emin olmadığım bilgileri paylaşmam.	1,092	,296
15	Davet edildiğim sayfaları beğenmeden önce içeriğine bakarım.	,093	,760
19	Bir iletiyi tekrar paylaşırken (retweet, regram vb.) iletinin ilk paylaşıldığı hesabın gerçek bir kişiye ait olduğunu kontrol ederim.	,156	,693
24	Bir iletiyi tekrar paylaşırken (retweet, regram vb.) iletinin doğruluğunu kontrol ederim.	,091	,762
28	Virüslü olduğunu bildiğim iletiyi paylaşmam.	,100	,752
32	Kullanıcı hesabımda beni tanımlayıcı gerçek bilgileri (isim-soyisim/okul vb.) kullanırım.	17,888	,000

Doğruluk boyutuna ilişkin 8 maddeden 3 madde için verilen yanıtlar anlamlı derecede farklılaşmaktadır. Ölçme aracındaki madde 2 ($\chi^2=5,868$; $p<.05$), madde 7 ($\chi^2=16,721$; $p<.05$) ve madde 32'ye ($\chi^2=17,888$; $p<.05$) verilen yanıtların sosyal medya sayısına bağlı olduğu görülmektedir.

Katılımcıların verdiği yanıtlar doğrultusunda fikri mülkiyet boyutuna ilişkin bulgular Tablo 21'de verilmektedir.

Tablo 21: Katılımcıların Fikri Mülkiyet Boyutunda Sosyal Medya Hesabı Sayısına Göre Verdikleri Yanıtlara İlişkin Ki-Kare Testi Sonuçları

FİKRİ MÜLKİYET			
Madde Numarası	Madde	χ^2	p
3	Hassas konulara ilişkin (din, politika vb.) görüşlerimi başka kişilerin (şair, politikacı vb.) adı altında paylaşıyorum.	1,327	,249
4	İnternette ulaşılabilen (kitap, makale vb.) kaynakları sosyal medya siteleri üzerinden paylaşıyorum.	18,316	,000
6	Sosyal medyada başkalarının özel hayatlarını ilgilendiren paylaşımlarda bulunmam.	9,448	,002
11	Birinin yazdığı bir iletiyi kopyalayarak sayfamda aynen yayımlıyorum.	,436	,509
14	Başkalarına karşı nefret söylemi içeren iletiler paylaşmam.	13,131	,000
20	Paylaşım yaparken paylaştığım bilginin kaynağını bildiririm.	,798	,372
22	Çok sinirlendiğim zaman küfür/hakaret içeren iletiler paylaşırım.	28,481	,000

Tablo 21, devamı

FİKRİ MÜLKİYET			
Madde Numarası	Madde	χ^2	p
25	Arkadaşlarımı eğlendirmek için tanımadığım insanların komik hallerini paylaşıyorum.	41,111	,000
29	Sosyal medya üzerinden arkadaşlarımla kişilik haklarımı ihlal edecek tartışmalara girmem.	5,647	,017
34	Başkası tarafından paylaşılan fotoğraf ya da iletileri kimin olduğunu belirtmeden paylaşmam.	6,027	,014

Fikri mülkiyet boyutuna ilişkin 10 madde bulunmaktadır ve bu boyuta ilişkin maddelerden 7 madde için verilen yanıtlar anlamlı derecede farklılaşmaktadır. Ölçme aracındaki madde 4 ($\chi^2=18,316$; $p<.05$), madde 6 ($\chi^2=9,448$; $p<.05$), madde

14($\chi^2=13,131$; $p<.05$), madde 22 ($\chi^2=28,481$; $p<.05$), madde 25 ($\chi^2=41,111$; $p<.05$), madde 29 ($\chi^2=5,647$; $p<.05$) ve madde 34'e ($\chi^2=6,027$; $p<.05$) verilen yanıtların kullanılan sosyal medya sayısına bağlı olduğu görülmektedir.

Katılımcıların verdiği yanıtlar doğrultusunda erişim boyutuna ilişkin bulgular Tablo 22'de verilmektedir.

Tablo 22: Katılımcıların Erişim Boyutunda Sosyal Medya Hesabı Sayısına Göre Verdikleri Yanıtlara İlişkin Ki-Kare Testi Sonuçları

ERİŞİM			
Madde Numarası	Madde	χ^2	p
5	Sosyal medyada paylaşım yaparken istediğim zaman tamamen silebileceğimi düşünerek rahatlıkla paylaşımında bulunurum.	49,330	,000
12	Arkadaşlarımın paylaşımlarına, başkalarının da göreceğini göz önünde bulundurarak yorum yaparım.	4,567	,033
13	Sosyal medyada, paylaşımlarımı onayladığım sözleşmeyi de göz önünde bulundurarak yaparım	1,697	,193
21	Tanımadığım kişilere arkadaşlık isteği yollarım	3,086	,079
26	Oynadığım oyunların benim adıma paylaşım yapmasını kabul ederim	,745	,388
30	Paylaşımlarımı görebilecek kişileri sınırlarım	,183	,668
33	Tanımadığım kişilerden gönderilen arkadaşlık isteklerini kabul ederim	7,167	,007

Erişim boyutunda bulunan 7 maddeden 3 madde için verilen yanıtlar anlamlı derecede farklılaşmaktadır. Ölçme aracındaki madde 5 ($\chi^2=49,330$; $p<.05$), madde 12 ($\chi^2=4,567$; $p<.05$) ve madde 33'e ($\chi^2=7,167$; $p<.05$) verilen yanıtların kullanılan sosyal medya sitesi sayısına bağlı olduğu görülmektedir. Sosyal medya sayısı değişkeni açısından verilen yanıtlar incelendiğinde 6-10 arası sosyal medya sitesi kullanan katılımcıların fikri mülkiyet açısından daha fazla etik dışı davranışta bulunma eğilimli oldukları söylenebilir.

Aktif Kullanılan Forum Sayısı Değişkeninin Sosyal Medya Etiği Üzerine Etkisine İlişkin Bulgular

Araştırmada ele alınan PAPA modelinin dört boyutu, öğretmen adaylarının aktif kullandıkları forum sayısı açısından farklılaşıp farklılaşmadığına ilişkin olarak incelenmiştir. Gizlilik boyutuna ilişkin bulgular Tablo 23’de verilmektedir.

Tablo 23: Katılımcıların Gizlilik Boyutunda Aktif Kullandıkları Forum Sayısına Göre Verdikleri Yanıtlara İlişkin Ki-Kare Testi Sonuçları

GİZLİLİK			
Madde Numarası	Madde	χ^2	p
1	Bir başkasının açık kalmış sosyal medya kullanıcı hesabına (Facebooki Twitter vb.) bakmam	10,384	,001
8	Arkadaşlarımı sosyal medya gruplarına onaylarını almadan eklemem.	2,052	,152
9	Sosyal medya hesabımda sinirlendiğim kişiyi hedef alan paylaşımlarda bulunmam.	9,088	,003
16	Üçüncü şahısların bana kolaylıkla ulaşmasını sağlayacak bilgileri (üniversite, bölüm, sınıf, şehir, adres, e-posta adresim, telefon numarası vb.) sosyal medya hesabımda paylaşmam.	4,533	,033
17	Birine sinirlendiğim zaman bunu kendisiyle özel bir mesaj ile paylaşırım.	,558	,455
18	Arkadaşımın yanlışlıkla paylaştığını tahmin ettiğim bir bilgiyi yaymam.	10,528	,001
23	Benim de olduğum bir fotoğrafın bana sorulmadan paylaşılmasına izin vermem.	15,403	,000
27	Arkadaşlarımın da içinde olduğu fotoğrafları/videoları sosyal medya hesabımda izinlerini alarak paylaşırım.	15,579	,000
31	Arkadaşlarıma ilişkin kişisel bilgileri sosyal medyada paylaşmam.	16,131	,000
35	Sosyal medya hesabımda aile bireylerime sormadan onlara ilişkin bilgi paylaşmam.	,154	,694

Gizlilik boyutuna ilişkin 10 madde bulunmaktadır ve bu 10 maddeden 7 madde için verilen yanıtlar anlamlı derecede farklılaşmaktadır. Gizlilik boyutundaki madde 1 ($\chi^2=10,384$; $p<.05$), madde 9 ($\chi^2=9,088$; $p<.05$), madde 16 ($\chi^2=4,533$; $p<.05$), madde 18 ($\chi^2=10,528$; $p<.05$), madde 23 ($\chi^2=15,403$; $p<.05$), madde 27 ($\chi^2=15,403$; $p<.05$) ve madde 31’e ($\chi^2=16,131$; $p<.05$) verilen yanıtların alana bağlı olduğu görülmektedir.

Katılımcıların verdiği yanıtlar doğrultusunda doğruluk boyutuna ilişkin bulgular Tablo 24’de verilmektedir.

Tablo 24: Katılımcıların Doğruluk Boyutunda Aktif Kullandıkları Forum Sayısına Göre Verdikleri Yanıtlara İlişkin Ki-Kare Testi Sonuçları

DOĞRULUK

Madde Numarası	Madde	χ^2	p
2	Bir yerde bulunmadığım halde oradaymış gibi yer bildirimini yaparım .	4,421	,035
7	Sosyal medyada farklı amaçlarla (oyundan fazla hak almak, düşüncelerimi daha rahat paylaşmak vb.) birden fazla hesap kullanırım.	43,587	,000
10	Doğruluğundan emin olmadığım bilgileri paylaşmam.	19,058	,000
15	Davet edildiğim sayfaları beğenmeden önce içeriğine bakarım.	7,738	,005
19	Bir iletiyi tekrar paylaşırken (retweet, regram vb.) iletinin ilk paylaşıldığı hesabın gerçek bir kişiye ait olduğunu kontrol ederim.	,001	,980
24	Bir iletiyi tekrar paylaşırken (retweet, regram vb.) iletinin doğruluğunu kontrol ederim.	1,587	,208
28	Virüslü olduğunu bildiğim iletiyi paylaşmam.	17,608	,000
32	Kullanıcı hesabımda beni tanımlayıcı gerçek bilgileri (isim-soyisim/okul vb.) kullanırım.	12,802	,000

Doğruluk boyutuna ilişkin 8 madde bulunmaktadır ve bu 8 maddeden 6 madde için verilen yanıtlar anlamlı derecede farklılaşmaktadır. Doğruluk boyutundaki madde 2 ($\chi^2=4,421$; $p<.05$), madde 7 ($\chi^2=43,587$; $p<.05$), madde 10 ($\chi^2=19,058$; $p<.05$), madde 15 ($\chi^2=7,738$; $p<.05$), madde 28 ($\chi^2=17,608$; $p<.05$) ve madde 32'e ($\chi^2=12,802$; $p<.05$) verilen yanıtların aktif kullanılan forum sayısına bağlı olduğu görülmektedir.

Katılımcıların verdiği yanıtlar doğrultusunda fikri mülkiyet boyutuna ilişkin bulgular Tablo 25'da verilmektedir.

Tablo 25: Katılımcıların Fikri Mülkiyet Boyutunda Aktif Kullanılan Forum Sayısına Göre Verdikleri Yanıt Dağılımları ve Ki-Kare Testi Sonuçları

FİKRİ MÜLKİYET			
Madde Numarası	Madde	χ^2	p
3	Hassas konulara ilişkin (din, politika vb.) görüşlerimi başka kişilerin (şair, politikacı vb.) adı altında paylaşırım.	4,683	,030
4	İnternette ulaşılabilen (kitap, makale vb.) kaynakları sosyal medya siteleri üzerinden paylaşırım.	50,728	,000
6	Sosyal medyada başkalarının özel hayatlarını ilgilendiren paylaşımlarda	8,213	,004

	bulunmam.		
11	Birinin yazdığı bir iletiyi kopyalayarak sayfamda aynen yayınladım.	2,556	,110
14	Başkalarına karşı nefret söylemi içeren iletiler paylaşmam.	2,998	,083
20	Paylaşım yaparken paylaştığım bilginin kaynağını bildiririm.	1,286	,257
22	Çok sinirlendiğim zaman küfür/hakaret içeren iletiler paylaşırım.	31,301	,000
25	Arkadaşlarımı eğlendirmek için tanımadığım insanların komik hallerini paylaşırım.	20,282	-*
29	Sosyal medya üzerinden arkadaşlarımın kişilik haklarını ihlal edecek tartışmalara girmem.	26,918	,000
34	Başkası tarafından paylaşılan fotoğraf ya da iletileri kimin olduğunu belirtmeden paylaşmam.	3,826	,0504

* Beklenen değerin 5'in altında olan hücre sayısı %20'nin üzerinde olduğu için bu maddeye dair ki-kare istatistiği verilmemiştir.

Fikri mülkiyet boyutuna ilişkin 10 madde bulunmaktadır ve bu boyuta ilişkin maddelerden 7 madde için verilen yanıtlar anlamlı derecede farklılaşmaktadır. Ölçme aracındaki madde 3 ($\chi^2=4,683$; $p<.05$), madde 4 ($\chi^2=50,728$; $p<.05$), madde 6 ($\chi^2=8,213$; $p<.05$), madde 22 ($\chi^2=31,301$; $p<.05$), madde 25 ($\chi^2=20,282$; $p<.05$), madde 29 ($\chi^2=26,918$; $p<.05$) ve madde 34'e ($\chi^2=3,826$; $p<.05$) verilen yanıtların aktif kullanılan forum sayısına bağlı olduğu görülmektedir.

Katılımcıların verdiği yanıtlar doğrultusunda erişim boyutuna ilişkin bulgular Tablo 26'da verilmektedir.

Tablo 26: Katılımcıların Erişim Boyutunda Aktif Kullanılan Forum Sayısına Göre Verdikleri Yanıt Dağılımları ve Ki-Kare Testi Sonuçları

ERİŞİM			
Madde Numarası	Madde	χ^2	p
5	Sosyal medyada paylaşım yaparken istediğim zaman tamamen silebileceğimi düşünerek rahatlıkla paylaşımında bulunurum.	5,128	,024

Tablo 26, devamı

ERİŞİM			
Madde Numarası	Madde	χ^2	p
12	Arkadaşlarımın paylaşımlarına, başkalarının da göreceğini göz önünde bulundurarak yorum yaparım.	,000	,993
13	Sosyal medyada, paylaşımlarımı onayladığım sözleşmeyi de göz önünde bulundurarak yaparım	3,343	,068
21	Tanımadığım kişilere arkadaşlık isteği yollarım	24,127	,000
26	Oynadığım oyunların benim adıma paylaşım yapmasını kabul ederim	7,972	,005
30	Paylaşımlarımı görebilecek kişileri sınırlarım	7,626	,006

Erişim boyutunda bulunan 7 maddeden 5 madde için verilen yanıtlar anlamlı derecede farklılaşmaktadır. Ölçme aracındaki madde 5 ($\chi^2=5,128$; $p<.05$) madde 21 ($\chi^2=24,127$; $p<.05$), madde 26 ($\chi^2=7,972$; $p<.05$), madde 30 ($\chi^2=7,626$; $p<.05$) ve madde 33'e ($\chi^2=30,553$; $p<.05$) verilen yanıtların aktif kullanılan forum sayısına bağlı olduğu görülmektedir. Alan değişkeni açısından verilen yanıtlar incelendiğinde her ne kadar tüm boyutlarda öğrenim görülen alana göre anlamlı farklılaşma çıkmış olsa da bu farkın veri toplanan grupta alana göre dengeli olmayan dağılım sebebiyle olduğunu söylemek mümkündür.

İnternette Geçirilen Süre Değişkeninin Sosyal Medya Etiği Üzerine Etkisine İlişkin Bulgular

Araştırmada ele alınan PAPA modelinin dört boyutu, internette geçirilen süre açısından farklılaşıp farklılaşmadığına ilişkin olarak incelenmiştir. Gizlilik boyutuna ilişkin bulgular Tablo 27'de verilmektedir.

Tablo 27: Katılımcıların Gizlilik Boyutunda İnternette Geçirdikleri Süreye Göre Verdikleri Yanıt Dağılımları ve Ki-Kare Testi Sonuçları

GİZLİLİK			
Madde Numarası	Madde	χ^2	p
1	Bir başkasının açık kalmış sosyal medya kullanıcı hesabına (Facebooki Twitter vb.) bakmam	66,200	,000
8	Arkadaşlarımı sosyal medya gruplarına onaylarını almadan eklemem.	,689	,407
9	Sosyal medya hesabımda sinirlendiğim kişiyi hedef alan paylaşımlarda bulunmam.	,689	,407
16	Üçüncü şahısların bana kolaylıkla ulaşmasını sağlayacak bilgileri (üniversite, bölüm, sınıf, şehir, adres, e-posta adresim, telefon numarası vb.) sosyal medya hesabımda paylaşmam.	17,183	,000

17	Birine sinirlendiğim zaman bunu kendisiyle özel bir mesaj ile paylaşıyorum.	3,443	,064
18	Arkadaşımın yanlışlıkla paylaştığımı tahmin ettiğim bir bilgiyi yaymam.	12,288	,000
23	Benim de olduğum bir fotoğrafın bana sorulmadan paylaşılmasına izin vermem.	2,107	,147
27	Arkadaşlarımın da içinde olduğu fotoğrafları/videoları sosyal medya hesabımda izinlerini alarak paylaşıyorum.	4,814	,028
31	Arkadaşlarıma ilişkin kişisel bilgileri sosyal medyada paylaşmam.	4,816	,028
35	Sosyal medya hesabımda aile bireylerime sormadan onlara ilişkin bilgi paylaşmam.	12,071	,001

Gizlilik boyutuna ilişkin 10 madde bulunmaktadır ve bu 10 maddeden 6 madde için verilen yanıtlar anlamlı derecede farklılaşmaktadır. Gizlilik boyutundaki madde 1 ($\chi^2=66,200$; $p<.05$), madde 16 ($\chi^2=17,183$; $p<.05$), madde 18 ($\chi^2=12,288$; $p<.05$), madde 27 ($\chi^2=4,814$; $p<.05$), madde 31 ($\chi^2=4,816$; $p<.05$) ve madde 35 'ya ($\chi^2=12,071$; $p<.05$) verilen yanıtların internet kullanım süresine bağlı olduğu görülmektedir. Farklılık çıkan maddeler incelendiğinde uzun süre internet kullanan katılımcıların gizlilik açısından daha fazla etik dışı davranış sergileme eğiliminde oldukları söylenebilir.

Katılımcıların verdiği yanıtlar doğrultusunda doğruluk boyutuna ilişkin bulgular Tablo 28'de verilmektedir.

Tablo 28: Katılımcıların Doğruluk Boyutunda İnternette Geçirdikleri Süreye Göre Verdikleri Yanıt Dağılımları ve Ki-Kare Testi Sonuçları

DOĞRULUK			
Madde Numarası	Madde	χ^2	p
2	Bir yerde bulunmadığım halde oradaymış gibi yer bildirimini yaparım .	6,255	,012

Tablo 28, devamı

DOĞRULUK			
Madde Numarası	Madde	χ^2	p
7	Sosyal medyada farklı amaçlarla (oyundan fazla hak almak, düşüncelerimi daha rahat paylaşmak vb.) birden fazla hesap kullanırım.	30,998	,000
10	Doğruluğundan emin olmadığım bilgileri paylaşmam.	9,656	,002
15	Davet edildiğim sayfaları beğenmeden önce içeriğine bakarım.	,173	,677
19	Bir iletiyi tekrar paylaşırken (retweet, regram vb.) iletinin ilk paylaşıldığı hesabın gerçek bir kişiye ait olduğunu kontrol ederim.	3,262	,071

24	Bir iletiyi tekrar paylaşıırken (retweet, regram vb.) iletinin doğruluğunu kontrol ederim.	2,104	,147
28	Virüslü olduğunu bildiğim iletiyi paylaşmam.	,391	,532
32	Kullanıcı hesabımda beni tanımlayıcı gerçek bilgileri (isim-soyisim/okul vb.) kullanırım.	2,824	,093

Doğruluk boyutunda bulunan 8 madde arasından 3 maddeye verilen yanıtlar anlamlı derecede farklılaşmaktadır Doğruluk boyutundaki madde 2 ($\chi^2=6,255$; $p<.05$), madde 7 ($\chi^2=30,998$; $p<.05$) ve madde 10'a ($\chi^2=9,656$; $p<.05$) verilen yanıtların internet kullanım süresine bağlı olduğu görülmektedir.

Katılımcıların verdiği yanıtlar doğrultusunda fikri mülkiyet boyutuna ilişkin bulgular Tablo 29'da verilmektedir.

Tablo 29: Katılımcıların Fikri Mülkiyet Boyutunda İnternette Geçirdikleri Süreye Göre Verdikleri Yanıt Dağılımları ve Ki-Kare Testi Sonuçları

FİKRİ MÜLKİYET			
Madde Numarası	Madde	χ^2	p
3	Hassas konulara ilişkin (din, politika vb.) görüşlerimi başka kişilerin (şair, politikacı vb.) adı altında paylaşırım.	3,309	,069
4	İnternette ulaşılabilen (kitap, makale vb.) kaynakları sosyal medya siteleri üzerinden paylaşırım.	6,434	,011
6	Sosyal medyada başkalarının özel hayatlarını ilgilendiren paylaşımlarda bulunmam.	10,063	,002
11	Birinin yazdığı bir iletiyi kopyalayarak sayfamda aynen yayınlıyorum.	11,774	,001
14	Başkalarına karşı nefret söylemi içeren iletiler paylaşmam.	39,194	,000
20	Paylaşım yaparken paylaştığım bilginin kaynağını bildiririm.	10,048	,002
22	Çok sinirlendiğim zaman küfür/hakaret içeren iletiler paylaşırım.	69,749	,000
25	Arkadaşlarımı eğlendirmek için tanımadığım insanların komik hallerini paylaşırım.	61,468	,000

Tablo 29, devamı

FİKRİ MÜLKİYET			
Madde Numarası	Madde	χ^2	p
29	Sosyal medya üzerinden arkadaşlarımla kişilik haklarımı ihlal edecek tartışmalara girmem.	19,508	,000
34	Başkası tarafından paylaşılan fotoğraf ya da iletileri kimin olduğunu belirtmeden paylaşmam.	10,955	,001

Fikri mülkiyet boyutuna ilişkin 10 madde bulunmaktadır ve bu boyuta ilişkin maddelerden 9 madde için verilen yanıtlar anlamlı derecede farklılaşmaktadır. Ölçme aracındaki madde 4 ($\chi^2=6,434$; $p<.05$), madde 6 ($\chi^2=10,063$; $p<.05$), madde 11 ($\chi^2=11,774$; $p<.05$), madde 14 ($\chi^2=39,194$; $p<.05$), madde 20 ($\chi^2=10,048$; $p<.05$), madde 22 ($\chi^2=69,749$; $p<.05$), madde 25 ($\chi^2=61468$; $p<.05$), madde 29 ($\chi^2=19,508$; $p<.05$) ve madde 34'e ($\chi^2=10,955$; $p<.05$) verilen yanıtların internet kullanım süresine bağlı olduğu görülmektedir.

Katılımcıların verdiği yanıtlar doğrultusunda erişim boyutuna ilişkin bulgular Tablo 30'da verilmektedir.

Tablo 30: Katılımcıların Erişim Boyutunda İnternette Geçirdikleri Süreye Göre Verdikleri Yanıt Dağılımları ve Ki-Kare Testi Sonuçları

ERİŞİM			
Madde Numarası	Madde	χ^2	p
5	Sosyal medyada paylaşım yaparken istediğim zaman tamamen silebileceğimi düşünerek rahatlıkla paylaşımında bulunurum.	10,063	,002
12	Arkadaşlarımın paylaşımlarına, başkalarının da göreceğini göz önünde bulundurarak yorum yaparım.	3,302	,069
13	Sosyal medyada, paylaşımlarımı onayladığım sözleşmeyi de göz önünde bulundurarak yaparım	9,679	,002
21	Tanımadığım kişilere arkadaşlık isteği yollarım	16,843	,000
26	Oynadığım oyunların benim adıma paylaşım yapmasını kabul ederim	,283	,595
30	Paylaşımlarımı görebilecek kişileri sınırlarım	1,844	,174
33	Tanımadığım kişilerden gönderilen arkadaşlık isteklerini kabul ederim	12,071	,001

Erişim boyutunda bulunan 7 maddeden 4 madde için verilen yanıtlar anlamlı derecede farklılaşmaktadır. Ölçme aracındaki madde 5 ($\chi^2=10,063$; $p<.05$) madde 13 ($\chi^2=9,679$; $p<.05$), madde 21 ($\chi^2=16,843$; $p<.05$), ve madde 33'ye ($\chi^2=12,071$; $p<.05$) verilen yanıtların internet kullanım süresine bağlı olduğu görülmektedir.

Veri toplama aracına verilen yanıtlara ilişkin genel bir bakış açısı Tablo 31'de sunulmuştur.

Tablo 31: Maddelere Verilen Yanıtların Dağılımı

Madde Numarası	Madde	Madde				
		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne katılıyorum ne katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
1	Bir başkasının açık kalmış sosyal medya kullanıcı hesabına (Facebook, Twitter vb.) bakmam.	8,89	9,15	16,08	19,70	46,19
2	Bir yerde bulunmadığım halde oradaymış gibi yer bildirimini yaparım	78,53	9,29	3,56	2,98	5,65
3	Hassas konulara ilişkin (din, politika vb.) görüşlerimi başka kişilerin (şair, politikacı vb.) adı altında paylaşıyorum.	68,09	11,10	9,69	6,02	5,10
4	İnternette ulaşılamayan (kitap, makale vb.) kaynakları sosyal medya siteleri üzerinden paylaşıyorum.	27,81	20,36	26,98	16,20	8,66
5	Sosyal medyada paylaşım yaparken istediğim zaman tamamen silebileceğimi düşünerek rahatlıkla paylaşımında bulunurum.	17,83	20,84	23,83	21,22	16,28
6	Sosyal medyada başkalarının özel hayatlarını ilgilendiren paylaşımlarda bulunmam.	6,42	3,56	6,56	16,31	60,14
7	Sosyal medyada farklı amaçlarla (oyundan fazla hak almak, düşüncelerimi daha rahat paylaşmak vb.) birden fazla hesap kullanırım.	49,68	18,89	10,26	11,75	9,4
8	Arkadaşlarımı sosyal medya gruplarına onaylarını almadan eklemem.	6,05	7,11	16,97	25,34	44,52
9	Sosyal medya hesabımda sınırlendiğim kişiyi hedef alan paylaşımlarda bulunmam.	6,51	9,6	20,02	22,36	41,51
10	Doğruluğundan emin olmadığım bilgileri paylaşmam.	2,98	2,92	10,86	31,11	52,12
11	Birinin yazdığı bir iletiyi kopyalayarak sayfamda aynen yayınlıyorum.	30,99	21,90	27,43	13,62	6,05
12	Arkadaşlarımın paylaşımlarına, başkalarının da göreceğini göz önünde bulundurarak yorum yaparım.	5,68	5,65	9,84	29,79	49,05
13	Sosyal medyada, paylaşımlarımı onayladığım sözleşmeyi de göz önünde bulundurarak yaparım	10,72	12,16	25,31	27,09	24,71
14	Başkalarına karşı nefret söylemi içeren iletiler paylaşmam.	4,67	7,97	16,89	24,89	45,58
15	Davet edildiğim sayfaları beğenmeden önce içeriğine bakarım.	1,61	1,78	6,60	20,76	69,27
16	Üçüncü şahısların bana kolaylıkla ulaşmasını sağlayacak bilgileri (üniversite, bölüm, sınıf, şehir, adres, e-posta adresim, telefon numarası vb.) sosyal medya hesabımda paylaşmam.	6,51	14,28	24,57	22,16	32,48
17	Birine sınırlendiğim zaman bunu kendisiyle özel bir mesaj ile paylaşıyorum.	7,74	7,68	18,41	29,50	36,67
18	Arkadaşımın yanlışlıkla paylaştığını tahmin ettiğim bir bilgiyi yaymam.	3,01	2,55	8,77	29,42	56,25
19	Bir iletiyi tekrar paylaşırken (retweet, regram vb.) iletinin ilk paylaşıldığı hesabın gerçek bir kişiye ait olduğunu kontrol ederim.	7,17	11,24	25,26	27,35	28,99
20	Paylaşım yaparken paylaştığım bilginin kaynağını bildiririm.	6,62	11,81	33,60	27,32	20,64

Tablo 31, devamı

Madde Numarası	Madde	Madde				
		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Ne katılıyorum ne katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
21	Tanımadığım kişilere arkadaşlık isteği yollarım	62,56	16,49	11,04	5,13	4,79
22	Çok sınırlendiğim zaman küfür/hakaret içeren iletiler paylaşıyorum.	62,70	14,68	10,18	6,31	6,14
23	Benim de olduğum bir fotoğrafın bana sorulmadan paylaşılmasına izin vermem.	4,70	6,74	18,60	24,63	45,44

24	Bir iletiyi tekrar paylaşırken (retweet, regram vb.) iletinin doğruluğunu kontrol ederim.	3,04	4,42	20,22	36,98	35,35
25	Arkadaşlarımı eğlendirmek için tanımadığım insanların komik hallerini paylaşıyorum.	38,19	20,81	20,81	12,16	8,03
26	Oynadığım oyunların benim adıma paylaşım yapmasını kabul ederim	60,26	19,47	9,98	5,45	4,85
27	Arkadaşlarımın da içinde olduğu fotoğrafları/videoları sosyal medya hesabımda izinlerini alarak paylaşıyorum.	3,47	4,36	11,56	32,20	48,42
28	Virüslü olduğunu bildiğim iletiyi paylaşmam.	4,27	1,23	2,95	13,25	78,30
29	Sosyal medya üzerinden arkadaşlarımın kişilik haklarını ihlal edecek tartışmalara girmem.	2,24	1,95	6,30	22,31	67,20
30	Paylaşımlarımı görebilecek kişileri sınırlarım	3,58	2,81	9,34	22,79	61,47
31	Arkadaşlarıma ilişkin kişisel bilgileri sosyal medyada paylaşmam.	2,49	2,24	6,07	20,30	68,89
32	Kullanıcı hesabımda beni tanımlayıcı gerçek bilgileri (isim-soy isim/okul vb.) kullanırım.	2,81	2,87	7,37	28,21	58,74
33	Tanımadığım kişilerden gönderilen arkadaşlık isteklerini kabul ederim	45,53	20,93	22,28	6,05	5,22
34	Başkası tarafından paylaşılan fotoğraf ya da iletileri kimin olduğunu belirtmeden paylaşmam.	4,19	6,88	31,13	27,84	29,96
35	Sosyal medya hesabımda aile bireylerime sormadan onlara ilişkin bilgi paylaşmam.	4,67	6,42	15,77	25,57	47,56

Maddelere verilen yanıtlar incelendiğinde katılımcıların genel eğilimlerinin etik davranmak yönünde olduğunu söylemek mümkündür. Elde edilen bulgular incelendiğinde özellikle bazı maddelerdeki bir seçeneğe yığılma olduğu göze çarpmaktadır. Gizlilik boyutunda madde 6, madde 30 ve madde 31'e, doğruluk boyutunda madde 2 ve madde 28'e, fikri mülkiyet boyutunda madde 3, madde 22, ve madde 29'a ve erişim boyutunda ise madde 15, madde 21 ve madde 26'ya verilen yanıtların dağılım olarak daha dikkat çekici olduğunu söylemek mümkündür. Bu maddelerde katılımcıların %60'ından fazlası etik davranma yönünde görüş bildirmişlerdir.

Nitel Verilere İlişkin Bulgular

Öğretmen adaylarının sosyal medyadaki etik davranışlara ilişkin görüşlerinin belirlenmesi için yapılan odak grup görüşmeleri 1. grupta 7 öğrenci, 2. grupta 7 öğrenci ve 3. grupta 9 öğrenci olmak üzere toplam 23 öğrenciyle gerçekleştirilmiştir. Yapılan odak grup görüşmelerinde kullanılan her senaryoya ilişkin veriler çözümlenmiştir. Senaryolarda kullanılan model gereği temalar gizlilik, doğruluk, fikri mülkiyet ve

erişim şeklindedir. Aşağıda ilgili temaların altında öğrencilerin görüşleri betimlendikten sonra örnekler sunulmuştur.

Gizlilik ile ilgili görüşler

Gizliliğe ilişkin olarak öğrencilere sunulan senaryoda öğrencilerin büyük çoğunluğu ne pahasına olursa olsun arkadaşına durumu söylemeyi tercih etmiştir. Öğrenciler bu tercihlerinde rol oynayan tek önemli sebebi kendi etik kurallarının var olması biçiminde ifade etmişlerdir. Ancak verilerde dikkat çeken bir nokta ise öğrencilerin yine büyük bir kısmının bu tercihi yaparken bir yandan da işlerini kaybetmeyi göze alamadıkları ve farklı yollardan arkadaşlarına durumu anlatacaklarını belirtmeleridir. Öğrencilerin arkadaşını ya da işinden birini tercih etmesi gerektiren gizliliğe ilişkin etik ikilem senaryosunda öğrencilerden gelen yanıtların bazıları aşağıda sunulmuştur.

[O2] "...şikayet edilme olasılığına karşı arkadaşına onla direk bu şekilde öğrendim diye söylemem u onun farketmesini sağlarım u kocanın hani örnekler veririm facebook hesaplarında şöyle şöyle şeyler oluyor u senin kocan da yapmış olabilir bi kontrol etsen mi gibi u sezdirme u yöntemine giderim arkadaşına ona net bi şekilde söylemesem de arkadaşımın öğrenmesini sağlarım çünkü o benim arkadaşım net bi şekilde söylemem çünkü şikayet edirim ki yaptığım etik bi şey değil bu yüzden sezdirme yoluna giderim"

[O7] ...yani ben böyle bir şey farkettim dediğimde en azından bunu söylememe hakkımda olacak nerden öğrendiğimi söylememe hakkımda olacak ben öyle düşünüyorum

Öğrenciler kendilerince ahlak değerleri olduğundan bahsetmiş ve bu değerleri baz alarak hareket edeceklerini belirtmişlerdir.

[O2] ...etik ne kadar etik olursa olsun hani bizim kendi etiği yani tamam meslek etiğimiz var ama bizim kendi şeyimiz de var u değerlerimiz düşüncelerimiz de var

[O5] ...ben olaya mesleki etik olarak bakmıyorum yani kurallar etik mesleki etik falan yani her şey çok mantıklı değil aslında yani ben ben biraz kişisel olarak bakıyorum yani bu benimseyemeyeceğim bir durum.....ama bu benim kişisel olarak benimseyemediğim bir durum yani başkasının özel hayatı beni ilgilendirmez yani ben buna biraz daha hani nası desem ahlak erdem vesaire o şekilde yorumluyorum

[O8] Benim yaptığım onun yaptığından az etik değil bence.

Yalnızca iki öğrenci başka birinin hesabına girmenin etik bir davranış olmadığından bahsetmiştir. Öğrencilerin ifadeleri şu şekildedir.

[O5]..yani böyle bir durumda mesela uu böyle bi şey yapacağımı sanmıyorum yani o iş benim işim değilse ya da hani yapılmaması gereken bir şeyse hiç yani böyle bi şey olsa ben bu durumu öğrenmiş olmazdım

[O19].....sosyal medya hesaplarındaki bilgileri okumak günlük okumak gibi bi şeydir yani özel bi belgedir en yakın arkadaşım da olsa aileden biri de olsa herhangi bir şekilde görmemezlikten gelirdim yani.

Gizlilik boyutunda öğrencilere sunulan senaryolara verilen öğrenci yanıtları incelendiğinde öğrencilerin kendi menfaatlerine olacak şekilde seçimler yaptıkları ve genellikle duruma duygusal yaklaşarak empati kurdukları o nedenle de verdikleri yanıtları bu çerçevede belirledikleri görülmektedir.

Doğruluk ile ilgili görüşler

Doğrulukla ilgili olarak öğrencilere bloglarına ya doğru olmayan paylaşım yaparak takipçilerini kandırmayı ya da kuzenlerini kırmak pahasına doğruları yazmayı tercih etmelerini gerektiren bir senaryo sunulmuştur. Öğrencilerin birçoğu doğruları yazmak yönünde tercihlerini kullanmıştır. Bu tercihlerini yine gizlilikte de olduğu gibi genel ahlak kurallarına bağlayarak yaptıkları fark edilmektedir. Öğrencilerin tercihlerine ilişkin dikkat çekici yanıtlar aşağıda sunulmuştur.

[O1]...ben bunu yazamam hani kendime ve takipçilerime bi hakaret olur derdim

[O2] ...bi insanın kendisine saygısı yoksa hiç bi şekilde karşısındaki insana da saygı göstermez

[O13] ordaki takipçiler gerçekten güvendikleri için takip ediyorlar bi şekilde ama hani kuzenim dahi olsa yapmazdım

[O22] bu yaptığım şey ciddi bir şey blog da olsa hani bu uu güvenlik yani güvenlik çok önemli tabi ki de sosyal medyada herkesin doğru yani doğru bilgiye ulaşabilmesi için kesinlikle yazarım

[O23] meslek ahlakı diye bir şey var

Bazı öğrenciler ise bloglarında yazmayı tercih edeceklerini ancak tamamen kötülemeden ya da daha yumuşak bir dille ifade edeceklerini belirtmişlerdir.

[O6] yemeklerine kötü derim ama ortam güzel hani şeyi filan güzel derim ya bi yandan kurtarırım onu

[O5] ...belki biraz işin geyiğine dökerek yani işte yani kuzen açtı tarzında değil de hani işte henüz daha yeni açıldı bu mekan işte beklentileriniz çok büyük olmasın ama bence ışık var zamanla daha güzel bi yer olacak orası falan biraz daha zamanla daha fazla değişiklikler yapılacak tarzında şeyler yazabilirim

[O17] espirili bir şekilde aktarırdım yani doğruyu yazardım fakat bi şakacı vesiyonla yazardım

Ancak genel kaniya rağmen doğruyu yazmamayı tercih eden öğrenciler ise tercihlerini şu şekilde ifade etmişlerdir.

[O12]doğruyu yazmazdım takipçilerimi kandırırdım ama şöyle diyebilirdim ona hani sen böyle böyle bi şey yapıcam senin iyi olduğunu yazıcam ama bu dünya bir rekabet dünyası.....

[O14] Ben takipçilerimi kandırırdım çünkü daha yeni açmış orayı ve gelişebilir kendisine de görüşlerimi belirtirdim gelişeceğine inanırdım yani...

Doğruluk boyutunda öğrenci yanıtları incelendiğinde öğrenci yanıtlarının farklılaştığı görülmektedir. Ancak yanıtlar derinlemesine incelendiğinde öğrencilerin yanıtlarının etik olan davranışı sergileyecek olan öğrencilerin bile bu davranışlarının altında yine kendi menfaatlerinin yattığı görülmektedir. Öğrenciler yaptıkları işten para kazanacakları için bunu riske atmak istemediklerini belirtmişlerdir.

Fikri mülkiyet ile ilgili görüşler

Fikri Mülkiyetle ilgili olarak öğrencilerden kendi fikirlerinin çalınması ve ideolojik olarak destek verdikleri kuruma verebilecekleri olası zarar arasında bir tercih yapmaları beklenmiştir. Öğrencilerin yanıtlarından dikkat çekici noktalara aşağıda yer verilmiştir.

Öğrencilerden bir kısmı durumu genelleyerek yapılanı, küçük bile olsa, emek hırsızlığı olarak düşünmüşlerdir.

[O1] ... görüşlerim çalınıyorsa başka şeyler de çalınabilir..... bunu duyurmamak ve örtbas etmek haksızlık olur....

[O7] bende olaya toleranslı yaklaşmazdım tı çünkü bir emeğim çalınmış...

[O23] ...fikir ve bilgi hırsızlığı

Özellikle bir öğrencinin sosyal medyada paylaşılanların herkese mal olduğu anlamına gelen ve sıklıkla bunun yapılıp normalleştiğine ilişkin görüşü bu konuda dikkat çekicidir.

[O6] hocam sosyal medyada fikir çalmak normalleşmiş bir şey artık yani sürekli yapılan bir şey.... herkes birbirinin paylaşımını paylaşıyor ve kimin hani esas kaynak kim olduğu belli değil bu yüzden normalleşmiş ve herkes bunu kabul etmiş bende bir şey bir tepki gösteremem yani hakkım olmaz gibi düşünüyorum.....

İki öğrenci ise isimleri geçmeden yapılacak paylaşımın önemli olmadığını çünkü zaten sosyal medyada kendileri için bu kadar önemli olan paylaşımlar yapmayacaklarını belirtmişlerdir.

[O2] benim zaten hani çok böyle özel hani değer verdiğim düşüncelerim olsa ben bunu zaten seysiz yani önlem almadan paylaşmam ıı illaki bir önlem alırım

[O3]...zaten sosyal medyada bir işte benim için çok değerli olan düşünceyi direk hani paylaşmam...

Fikri mülkiyet boyutuna ilişkin sunulan senaryoda katılımcılara sosyal medyada paylaştıkları özgün bir fikrin izinsiz olarak başka bir kişi ya da kurum tarafından kullanıldığında verecekleri tepkiye ilişkin bir senaryo sunulmuştur. Katılımcıların yanıtları incelendiğinde özellikle bu durumun normal olarak görülüyor olması dikkat çekicidir. Ayrıca bazı katılımcıların o kadar özgün ve özel bir fikri sosyal medya sitelerinde paylaşmayacaklarını söylemeleri de bu ortamları kullandıkları halde aslında güvenli olmadığını düşündüklerinin bir göstergesidir.

Erişim ile ilgili görüşler

Erişime ilişkin sunulan senaryoda öğrencilerin işlerini kaybetme ihtimalleri ve başkalarının bilgilerini onayları olmadan paylaşmaları arasında tercih yapmaları beklenmiştir. Öğrencilerin genel olarak tereddüt etmeden paylaşım yapacaklarını ifade etmeleri erişime ilişkin etik dışı davranışlar açısından oldukça dikkat çekicidir. Öğrencilerin yanıtlarından dikkat çeken ifadeler aşağıda sunulmaktadır.

[O4] ...hani bunlara artık alıştığımız şeyler bence çok da etik olmayan bir şey olarak görmüyorum.

[O1] ... daha önce bana da yapmışlar ben yapardım etik olmayan bi şekilde....

[O5] ... günümüzde zaten hani insanların iletişim bilgilerine de yani her şeylerine çok rahat ulaşıyor yani bu çok sıkıntı değil bence

[O3] ... artık herkes çok rahat ulaşabiliyor bunlara da çok da aldırış etmezdim heralde .

[O13] ... sosyal medyada ki zaten bilgilere ulaşmak çok zor değil yani

İki öğrenci ise durumu genel olarak düşünerek bu bilgilerin pek çok açıdan sakıncalı olabileceği şekilde görüş ifade etmiştir.

[O7] ... çevremizde arkadaşlarımıza hatta özel hayatımıza her şeye kadar etkileyebilir u ben hani şahsen ilk aklıma gelen şey hani yapmazdım diye düşünüyorum.

[O22] .. ama o bilgilerin başkası tarafından farklı yollarla farklı şeylerde kullanılmayacağını nerden bileceksin

Katılımcıların yanıtları incelendiğinde, pek çoğunun işi uğruna başkasının bilgilerini paylaşacakları görülmüştür. Bu durum böyle bir ikilem durumunda kendi yararlarına olacak şekilde davrandıklarının bir göstergesi iken aynı zamanda verdikleri yanıtlardan durumu normalleştirdiklerinin de göstergesi olarak yorumlanabilir.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER

Bu bölümde araştırmanın amacı, yöntemi ve elde edilen bulgular özetlenmiş ve sonrasında sonuçlara yönelik getirilen önerilere yer verilmiştir.

Sonuç ve Tartışma

Öğretmen adaylarının sosyal medya etiğine ilişkin görüşlerinin ortaya konmaya çalışıldığı bu çalışmada Mason (1986) tarafından ortaya konan PAPA modeli çerçevesi temel alınmıştır. Yapılan araştırma tarama modeli ile desenlenmiş olup araştırmaya 2015-2016 öğretim yılında Eskişehir ilindeki Anadolu Üniversitesi ve Eskişehir Osmangazi Üniversitesi eğitim fakültelerinde okuyan 3788 öğrenci katılmıştır. Fakültelerde okuyan toplan öğrenci sayısı 6024 olup yapılan araştırma çerçevesinde öğrencilerin 3488 tanesine ulaşılmıştır. Bu sayı toplam öğrenci sayısının %57,9 udur.

Araştırmaya katılan katılımcıların %69'u kadın, %30'u erkek olmakla birlikte, katılımcıların sosyal medya sitelerinden en çok Facebook'u kullandıkları (%89,1), bu siteyi Youtube, Instagram, Google+ ve Twitter'ın takip ettiği görülmüştür. Duggan, Ellison, Lampe, Lenhart, ve Madden (2015) tarafından bu yaş aralığındaki kullanıcılar ile yapılan çalışmada elde edilen ve katılımcıların %87'sinin Facebook, %37'sinin Twitter, %53'ünün Instagram, %34'ünün Pinterest, %23'ünün LinkedIn kullandığına ilişkin bulgular araştırmaya katılan katılımcıların özellikleriyle kısmen paralellik göstermektedir.

Araştırmada toplanan veriler SPSS 20.0 paket programı kullanılarak analiz edilmiştir. Toplanan veriler analiz öncesi toplam puan alınabilirlik açısından incelenmiş; ancak PAPA çerçevesinde yazılan maddelerin boyutları temelinde bakıldığında gerek birbirleriyle korelasyonları gerekse toplam puan açısından uygun olmadığına karar verilerek madde bazında analiz yapılmasına karar verilmiştir. Madde analiz için Ki-Kare analizi kullanılmıştır.

Araştırmada öğretmen adaylarının sıklıkla kullandığı sosyal medya sitelerinin başında Facebook, YouTube ve Instagram'ın geldiği görülmüştür. Üç sosyal medya sitesinin de çok fazla görsel paylaşım dayalı olduğu düşünüldüğünde öğrencilerin görsellik içeren sosyal medya sitelerini tercih ettiğini söylemek olanaklıdır. Bunun nedeninin katılımcıların dahil oldukları yaş grubu olduğu söylenebilir.

Cinsiyet değişkeni açısından bakıldığında madde bazında cinsiyete bağlı olarak farklılaşmalar olduğu görülmektedir. Bu farklılaşmalar her alt boyut için geçerlidir. Her boyutu ayrı ayrı madde bazında incelemek gerekirse gizlilik boyutunda *“Arkadaşlarımı sosyal medya gruplarına onaylarını almadan eklemem.” (madde 8),*

“Üçüncü şahısların bana kolaylıkla ulaşmasını sağlayacak bilgileri (üniversite, bölüm, sınıf, şehir, adres, e-posta adresim, telefon numarası vb.) sosyal medya hesabımda paylaşmam.” (madde 16), “Birine sinirlendiğim zaman bunu kendisiyle özel bir mesaj ile paylaşıyorum.” (madde 17), “Arkadaşımın yanlışlıkla paylaştığını tahmin ettiğim bir bilgiyi yaymam.” (madde 18), “Benim de olduğum bir fotoğrafın bana sorulmadan paylaşılmasına izin vermem.” (madde 23), “Arkadaşlarımın da içinde olduğu fotoğrafları/videoları sosyal medya hesabımda izinlerini alarak paylaşıyorum.” (madde 27), “Arkadaşlarıma ilişkin kişisel bilgileri sosyal medyada paylaşmam.” (madde 31) maddelerinin cinsiyete göre farklılaştığı görülmektedir. Cinsiyete göre farklılık çıkan bu maddelerin hepsinde de erkek katılımcıların daha fazla etik olmayan şekilde davranma eğilimlerinin olduğunu söylemek olanaklıdır.

Doğruluk boyutunda ise “Sosyal medyada farklı amaçlarla (oyundan fazla hak almak, düşüncelerimi daha rahat paylaşmak vb.) birden fazla hesap kullanırım.” (madde 7), “Davet edildiğim sayfaları beğenmeden önce içeriğine bakarım.” (madde 15), “Virüslü olduğunu bildiğim iletiyi paylaşmam.” (madde 28) ve “Kullanıcı hesabımda beni tanımlayıcı gerçek bilgileri (isim-soyisim/okul vb.) kullanırım.” (madde 32) maddelerinde cinsiyete göre farklılık görülmektedir. Katılımcıların bu maddelere katılım düzeyleri incelendiğinde erkek katılımcıların yine etik davranmama yönünde daha fazla görüş bildirdikleri görülmektedir.

Cinsiyet yönünden fikri mülkiyet boyutu incelendiğinde ise “Sosyal medyada başkalarının özel hayatlarını ilgilendiren paylaşımlarda bulunmam., Başkalarına karşı nefret söylemi içeren iletiler paylaşmam.” (madde 6) , “Paylaşım yaparken paylaştığım bilginin kaynağını bildiririm.” (madde 14) , “Çok sinirlendiğim zaman küfür/hakaret içeren iletiler paylaşıyorum.” (madde 20), “Arkadaşlarımı eğlendirmek için tanımadığım insanların komik hallerini paylaşıyorum.” (madde 25), “Sosyal medya üzerinden arkadaşlarımla kişilik haklarını ihlal edecek tartışmalara girmem.” (madde 29) maddelerinde farklılık çıktığı görülmektedir. Bu maddelere katılımcıların verdiği yanıtlar incelendiğinde erkek katılımcıların etik dışı davranışa yorulabilecek şekilde görüş bildirdikleri görülmektedir.

Erişim boyutu cinsiyet değişkeni açısından değerlendirildiğinde “Sosyal medyada paylaşım yaparken istediğim zaman tamamen silebileceğimi düşünerek

rahatlıkla paylaşımda bulunurum.” (madde 5) , “Sosyal medyada, paylaşımlarımı onayladığım sözleşmeyi de göz önünde bulundurarak yaparım” (madde 13) , “Tanımadığım kişilere arkadaşlık isteği yollarım” (madde 21) , ” Oynadığım oyunların benim adıma paylaşım yapmasını kabul ederim” (madde 26) , ” Paylaşımlarımı görebilecek kişileri sınırlarım” (madde 30) , ” Tanımadığım kişilerden gönderilen arkadaşlık isteklerini kabul ederim. ” (madde 33) maddelerinin cinsiyet açısından farklılaştığı görülmektedir. Diğer boyutlarda olduğu gibi erişim boyutunda da farklılık çıkan maddelerde erkek katılımcıların kadın katılımcılara göre daha fazla etik dışı davranma eğiliminde oldukları görülmektedir.

Genel olarak bakıldığında maddelerin büyük çoğunluğunda kadın katılımcıların daha etik davranma eğiliminde oldukları görülmektedir. Ancak özellikle fikri mülkiyet ve erişim konusunda kadın katılımcıların erkeklere oranla daha hassas olduğu söylenebilir. Erişim açısından fark çıkan maddeler genellikle bireyin tanımadı kişi ya da kişilerle iletişim kurması üzerine olan maddelerdir. Toplumsal açıdan bakıldığında toplumumuzda kadınlara verilen roller ve toplumun onlardan beklentileri göz önüne alınırsa, özellikle kendilerine erişim anlamında daha dikkatli davrandıklarını söylemek mümkündür. Bilişim etiği açısından Mason (1986) tarafından ortaya konan boyutlar birbirinden belirgin şekilde ayrışsa da sosyal medya etiği açısından bakıldığında bu boyutların zaman zaman birbiri içine girdiği söylenebilir. Bu açıdan bakıldığında erişim açısından erkeklere kıyasla daha hassas oldukları düşünülebilecek kadın katılımcıların aslında gizlilik açısından hassas olduklarının söylemek mümkündür. Alan yazında yapılan başka çalışmalarda elde edilen bulgular da bu çalışmanın bu sonucuna paralellik göstermektedir (Acquisti ve Gross, 2006; Mason ve Mudrack, 1996; Nosko, Wood ve Molema, 2010; Söylemez ve Balaban, 2015) Özel olarak PAPA'nın boyutlarından herhangi biriyle ilgili olmasa da Lau ve Yuen (2013) tarafından yapılan çalışmada çevrimiçi ortamlarda erkeklerin kadınlardan daha fazla riskli davranışta bulunduğu belirtilmiştir. Sosyal medya sitelerinin en sık kullanılan çevrimiçi ortamlar olduğu göz önüne alınırsa araştırmada elde edilen sonucun bu araştırma sonuçlarına paralellik gösterdiğini söylemek mümkündür. Lenhart (2015) tarafından yapılan araştırmada ise çevrimiçi ortamda erkeklerin kadınlara göre tanımadıkları kişilerle daha fazla arkadaşlık kurduklarını belirtmiştir. Bu durum hem erişim hem de gizlilik anlamında kadınların daha dikkatli davrandığı sonucunu destekler niteliktedir. Zeybek (2011) ise yaptığı

araştırmasında bilişim teknolojilerindeki etik davranışlar beş boyutta ele alınmıştır. Bu boyutlardan biri olan fikri mülkiyet açısından bakıldığında araştırmada kadınlar erkeklerden daha etik davrandığı belirtilen sonuçlar bu araştırmanın sonuçlarıyla paralellik göstermektedir. Cinsiyet açısından bütüncül bir bakış açısıyla verilen yanıtlar incelendiğinde kadınların erkeklere oranla daha fazla etik davranma eğilimde olmaların altında toplumsal cinsiyet rollerinin olduğu da söylenebilir. Toplum olarak kadına biçilmiş rollere bakıldığında erkeklere göre davranışlarından daha fazla sorumlu oldukları görülmektedir. Bu da beraberinde kadınların gerek günlük hayatta gerekse sosyal medya ortamlarında daha dikkatli davranmaları hissiyatını doğurmaktadır.

Öğrenim görülen alan değişkeni açısından maddelere verilen cevaplar incelendiğinde her boyutta alana göre farklılaşan maddeler görülmektedir. Gizlilik boyutunda *“Bir başkasının açık kalmış sosyal medyaya kullanıcı hesabına (Facebook, Twitter vb.) bakmam” (madde 1)* , *“Üçüncü şahısların bana kolaylıkla ulaşmasını sağlayacak bilgileri (üniversite, bölüm, sınıf, şehir, adres, e-posta adresim, telefon numarası vb.) sosyal medya hesabımda paylaşmam.” (madde 16)*, *“Birine sinirlendiğim zaman bunu kendisiyle özel bir mesaj ile paylaşırım.” (madde 17)*, *“Benim de olduğum bir fotoğrafın bana sorulmadan paylaşılmasına izin vermem.” (madde 23)* ve *“Arkadaşlarıma ilişkin kişisel bilgileri sosyal medyada paylaşmam.” (madde 31)* maddelerinin alan bazında farklılaşma gösterdiği görülmektedir. Doğruluk boyutunda ise sadece *“Bir yerde bulunmadığım halde oradaymış gibi yer bildirim yaparım .” (madde 2)* maddesi alana göre farklılık göstermektedir.

Fikri mülkiyet boyutuna verilen yanıtlar katılım düzeylerine göre incelendiği zaman *“Çok sinirlendiğim zaman küfür/hakaret içeren iletiler paylaşırım.” (madde 22)* , *“Arkadaşlarımı eğlendirmek için tanımadığım insanların komik hallerini paylaşırım.” (madde 25)* ve *“Sosyal medya üzerinden arkadaşlarımla kişilik haklarını ihlal edecek tartışmalara girmem.” (madde 29)* maddelerinin alana göre farklılık gösterdiği görülmektedir.

Erişim boyutunda ise *“Sosyal medyada, paylaşımlarımı onayladığım sözleşmeyi de göz önünde bulundurarak yaparım” (madde 13)* ve *“Tanımadığım kişilerden gönderilen arkadaşlık isteklerini kabul ederim” (madde 33)* maddelerine verilen yanıtlar alan bazında farklılaşmaktadır.

Yanıtlar katılımcıların öğrenim gördükleri alana göre madde bazında incelendiğinde alana göre farklılık olduğu görülmektedir. Maddelere katılım düzeyleri alana göre farklılaşsa da bu farklılaşmanın kaynağını bulmak eldeki verilerle mümkün değildir. Ortaya çıkan farklılıklar ilgili alanlardaki öğrenci yoğunluklarından da kaynaklanabilmektedir. Ayrıca öğrencilerin bölüm farkı gözetmeksizin teknoloji kullanımına ilişkin eşit olanaklara sahip olmaları, sahip oldukları teknolojik donanımların eşit olması ve öğrencilerin zaten büyük çoğunluğunun daha üniversiteye gelmeden başta sosyal medya siteleri olmak üzere pek çok uygulamayı kullanıyor olmaları alan bazında belirgin bir farklılık çıkmamasının nedeni olarak görülebilir. Fark çıkan maddelerin ise alana değil de bireysel farklılıklara bağlı olduğu düşünülebilir.

Verilen yanıtlar öğretmen adaylarının sınıf düzeylerine göre incelendiğinde gizlilik boyutunda sadece *“Arkadaşlarımı sosyal medya gruplarına onaylarını almadan eklemem.” (madde 8)* maddesinin sınıf düzeyine göre farklılık gösterdiği görülmektedir. Bu maddeye ağırlıklı olarak 1. ve 2. sınıf öğrencilerinin katıldığı görülmektedir. Ancak maddeye katılmama oranları incelendiğinde sınıf düzeyleri arasında bir farklılık görülmemektedir. Doğruluk boyutunda sınıf düzeyine göre farklılaşma gösteren maddeler ise *“Sosyal medyada farklı amaçlarla (oyundan fazla hak almak, düşüncelerimi daha rahat paylaşmak vb.) birden fazla hesap kullanırım.” (madde 7)*, *“Bir iletiyi tekrar paylaşırken (retweet, regram vb.) iletinin ilk paylaşıldığı hesabın gerçek bir kişiye ait olduğunu kontrol ederim. (madde 19)”* maddeleridir. Bu maddelere verilen yanıtlar incelendiğinde sınıf düzeyi arttıkça etik dışı davranmaya katılım düzeyinin arttığı görülmektedir. Bunun nedeni olarak öğrencilerin bilinç düzeylerinin süreçte artıyor olması gösterilebilir.

Fikri mülkiyet boyutu açısından katılımcıların verdiği yanıtlar sınıf düzeylerine göre incelendiğinde *“Paylaşım yaparken paylaştığım bilginin kaynağını bildiririm.” (madde 20)*, *“Çok sinirlendiğim zaman küfür/hakaret içeren iletiler paylaşıyorum.” (madde 22)*, *“Arkadaşlarımı eğlendirmek için tanımadığım insanların komik hallerini paylaşıyorum.” (madde 25)* maddelerinde farklılık çıktığı görülmektedir. Bu maddeler arasından 20. Maddeye verilen yanıtlar incelendiğinde üst sınıfların kaynak bildirme konusunda daha hassas oldukları görülmektedir. Bunun nedeni öğrencilerin ileriki sınıflarda bu konuyu da içeren dersler almaları ve ödevlerinin yapılmasında kaynak

bildirilmesine gösterilen hassasiyet olabilir. 22. maddeye katılım düzeylerine bakıldığında da bir önceki madde gibi sınıf düzeyi arttıkça katılımcıların etik davranışa katılma düzeylerinin arttığı görülmektedir. Bunun sebebinin öğrencilerin hem daha olgunlaşmış olmaları hem de aldıkları eğitimin davranışları üzerindeki etkileri olduğunu söylenebilir. 25. madde de ise oransal olarak büyük farklılıklar olmamakla birlikte önceki maddelerin aksine sınıf düzeyiyle beraber etik davranmama eğiliminin arttığı görülmektedir. Sınıf düzeyi arttıkça katılımcıların etik davranma eğilimlerinin arttığı söylenebilir.

Katılımcıların erişim boyutunda verdiği yanıtlar madde bazında incelendiğinde *“Sosyal medyada paylaşım yaparken istediğim zaman tamamen silebileceğimi düşünerek rahatlıkla paylaşımda bulunurum.” (madde 5) , “Arkadaşlarımla paylaşımına, başkalarının da göreceğini göz önünde bulundurarak yorum yaparım.” (madde 12) ve “Tanımadığım kişilerden gönderilen arkadaşlık isteklerini kabul ederim “ maddelerinde sınıf düzeyine göre farklılaşma görülmektedir.” (madde 33)* Madde 5 ve madde 12’ e verilen yanıtlar incelendiğinde alt sınıflardaki öğrencilerin yaptıkları yorumlarda üst sınıftaki öğrenciler kadar dikkatli davranmadıkları görülmektedir. Madde 12’ e verilen yanıtlar incelendiğinde oransal olarak çok ciddi farklar olmasa alt sınıf öğrencilerin daha fazla etik dışı davranma eğiliminde oldukları görülmektedir. Bunun nedeni sosyal medyanın artık bir sosyalleşme ortamı ve ortak amaçlar ve fikirlerde buluşmak için uygun platform olması nedeniyle, zamandan ve mekandan bağımsız olarak birbirlerini tanımayan insanların da tanışmasına sebep olması olabilir.

Genel olarak sınıf düzeyleriyle ilişki öğrencilerin maddelere katılım durumları ele alınacak olursa, öğrencilerin özellikle fikri mülkiyet ve erişim konusunda sınıf düzeyi açısından daha keskin farklılıklar gösterdiğini söylemek mümkündür. Bu farklılaşmanın temel sebebinin öğrencilerin yaşlarının büyümesi ve bilişsel düzeylerinin yıllar geçtikçe değişmesi olduğunu söylemek mümkündür. Hem fikri mülkiyet hem de erişim boyutlarında elde edilen bulgular bu görüşü destekler niteliktedir. İnternet etiği ile ilgili olarak Kayak (2011) tarafından üst sınıfların etik toplam puanlarının daha yüksek olduğunun belirtildiği çalışmanın sonuçları da bu araştırmanın sonucunu destekler niteliktedir.

Öğretmen adaylarının verdiği yanıtlar aktif kullanılan forum sayısına göre incelendiğinde her boyuttan pek çok maddenin bu değişkene göre farklılaştığı görülmektedir. Gizlilik boyutu incelendiğinde “Bir başkasının açık kalmış sosyal medya kullanıcı hesabına (Facebook, Twitter vb.) bakmam” (madde 1) , “Sosyal medya hesabımda sinirlendiğim kişiyi hedef alan paylaşımlarda bulunmam.” (madde 9) , “Üçüncü şahısların bana kolaylıkla ulaşmasını sağlayacak bilgileri (üniversite, bölüm, sınıf, şehir, adres, e-posta adresim, telefon numarası vb.) sosyal medya hesabımda paylaşmam.” (madde 16) , “Arkadaşımın yanlışlıkla paylaştığını tahmin ettiğim bir bilgiyi yaymam.” (madde 18) , “Benim de olduğum bir fotoğrafın bana sorulmadan paylaşılmasına izin vermem.” (madde 23) , “Arkadaşlarımın da içinde olduğu fotoğrafları/videoları sosyal medya hesabımda izinlerini alarak paylaşıyorum.” (madde 27) , Arkadaşlarıma ilişkin kişisel bilgileri sosyal medyada paylaşmam.” (madde 31) maddelerine verilen yanıtların kullanılan forum sayısına göre farklılaştığı görülmektedir. Madde 1 ve madde 9’a verilen yanıtlar istatistiksel olarak anlamlı çıkmasına rağmen katılımcıların katılma düzeyleri incelendiğinde bu maddelerin anlamlı çıkma sebebinin kullanılan forum sayısına bağlı olmadığı düşünülmektedir. Madde 16 ve madde 18’e verilen yanıtlara göre kullanılan forum sayısı arttıkça katılımcıların etik davranma eğilimlerinin arttığı görülmektedir. Buna rağmen yine aynı boyutta olan madde 27 ve madde 31 için ise tam tersi durum geçerlidir. Bu durum çevrimiçi sosyal ortamlarda sıklıkla bulunan bireylerin arkadaşlık söz konusu olduğunda sosyalleşmek adına yapılabilecek paylaşımları etik dışı olarak göremedikleri şeklinde yorumlanabilir.

Doğruluk boyutunda ise “Bir yerde bulunmadığım halde oradaymış gibi yer bildirim yaparım.” (madde 2) , “Sosyal medyada farklı amaçlarla (oyundan fazla hak almak, düşüncelerimi daha rahat paylaşmak vb.) birden fazla hesap kullanırım.” (madde 7) , “Doğruluğundan emin olmadığım bilgileri paylaşmam.” (madde 10) , “Davet edildiğim sayfaları beğenmeden önce içeriğine bakarım.” (madde 15) , “Virüslü olduğunu bildiğim iletiyi paylaşmam.” (madde 28) ve “Kullanıcı hesabımda beni tanımlayıcı gerçek bilgileri (isim-soyisim/okul vb.) kullanırım. (madde 32)” maddelerine verilen yanıtların kullanılan forum sayısına göre farklılaştığı görülmektedir. İlgili maddelerin hepsinde forum kullanmayan katılımcıların etik olmayan davranış şeklinde katılım oranlarının daha yüksek olduğu dikkat çekmektedir.

Ancak maddeler özel olarak incelendiğinde madde 2, madde 7 ve madde 32'ye verilen yanıtların forum sayısına göre değişmekle birlikte bir tutarlılık göstermediği görülmektedir. Madde 10 ve madde 15'e verilen yanıtların ise aktif olarak kullanılan forum sayısı arttıkça etik olarak davranma eğiliminin de arttığı şeklinde yorumlanması mümkündür.

Katılımcıların verdiği yanıtlar fikri mülkiyet boyutunda da *“Hassas konulara ilişkin (din, politika vb.) görüşlerimi başka kişilerin (şair, politikacı vb.) adı altında paylaşıyorum.” (madde 3)*, *“İnternette ulaşılabilen (kitap, makale vb.) kaynakları sosyal medya siteleri üzerinden paylaşıyorum.” (madde 4)*, *“Sosyal medyada başkalarının özel hayatlarını ilgilendiren paylaşımlarda bulunmam.” (madde 6)*, *“Çok sinirlendiğim zaman küfür/hakaret içeren iletiler paylaşıyorum.” (madde 22)*, *“Sosyal medya üzerinden arkadaşlarımla kişilik haklarını ihlal edecek tartışmalara girmem.” (madde 29)* maddelerinde aktif kullandıkları forum sayısına göre farklılaşmaktadır. Madde 3'e verilen yanıtlar incelendiğinde aktif kullanılan forum sayısı arttıkça etik davranış eğiliminin arttığı görülmektedir. Bunun nedeni forumların zaten belirli bir amaç üzerine kurulmuş olması ve burada forum üyelerinin belirli kurallar çerçevesince özgürce kendi yorumlarını yapabiliyor olması olabilir. Üyelerin bu davranışı diğer çevrimiçi ortamlara da genellemiş olup sosyal medya sitelerinde de kendi görüşlerinin savunucusu oldukları şeklinde yorum yapmak mümkündür. Madde 4'e verilen yanıtlar incelendiğinde kullanılan forum sayısı arttıkça katılımcıların etik olmayan biçimde kaynak paylaşımı yapılmasını onayladıkları görülmektedir. Bu eğilimin sebebi olarak forumlarda etik olup olmamasının çok üzerinde durulmadan kaynak paylaşımının sıklıkla yapılıyor olması gösterilebilir. Madde 6, madde 22 ve madde 29 incelendiğinde ise aktif forum kullanan katılımcıların foruma üye olmayanlara göre etik olan davranışa katılma oranlarının daha fazla olduğu görülmektedir. Bu durumun forumların kendi için de katı kurallarının olması ve bu kurallara uyma zorunluluğundan kaynaklı olduğu söylemek mümkündür.

Erişim boyutunda aktif forum kullanım sayısı *“Sosyal medyada paylaşım yaparken istediğim zaman tamamen silebileceğimi düşünerek rahatlıkla paylaşımda bulunurum.” (madde 5)*, *“Tanımadığım kişilere arkadaşlık isteği yollarım.” (madde 21)*, *“Oynadığım oyunların benim adıma paylaşım yapmasını kabul ederim.” (madde 26)*,

“Paylaşmalarımı görebilecek kişileri sınırlarım.” (madde 30) , “Tanımadığım kişilerden gönderilen arkadaşlık isteklerini kabul ederim.” (madde 33) maddelerinde farklılaşma göstermektedir. Bu maddelere verilen yanıtlardaki katılım oranları incelendiğinde madde 5’e verilen yanıtlarda oransal olarak birbirine yakın dağıldığı görülmektedir. Bu maddenin anlamlı çıkmasının sebebinin kullanılan forum sayısından çok katılımcıların kişisel görüşlerindeki farktan kaynaklanıyor olması mümkündür. Madde 21, madde 26, madde 30 ve madde 33’e verilen yanıtlar incelendiğinde ise aktif kullanılan forum sayısı arttıkça bireylerin bu maddeler bazında etik olmayan şekilde davranış göstermeye katılım oranlarının arttığı görülmektedir. Bunun nedeni bu katılımcıların zaten forumlarda tanımadıkları insanlarla arkadaşlık kuruyor, bu kişilere yardım ediyor ve onlardan yardım alıyor olmaları dolayısıyla da paylaşımlarını bu ortamlarda sınırlamıyor olmalarından kaynaklı olabilir.

Genel olarak kaynak paylaşımı dışında kişisel haklar anlamında bakıldığında aktif forum kullanan bireylerin daha etik davranma eğiliminde oldukları görülmekle birlikte, yine bu katılımcıların arkadaşlık, bilgi paylaşımı konusunda daha esnek oldukları söylenebilir. Bunun sebebinin forumların kendine özgü üyelik kurallarının olması ve fazla sayıda forum kullanan katılımcının bu kurallara daha fazla maruz kaldığı için genel olarak bilişim etiğine daha uygun davrandığını söylemek mümkündür. Bireylerin bu davranış biçimlerinin, aynı zamanda sosyal medyayı etik kullanım durumlarını etkilediklerini söylemek mümkündür. Ancak benzer şekilde yine aktif kullanılan forum sayısı yüksek olan kullanıcıların aradıkları bilgi, belge ve dokümana daha rahat ulaşabildikleri göz önüne alınırsa bu katılımcıların özellikle fikri mülkiyet ve erişim alanında daha fazla etik ihlal yapabileceği düşünülebilir.

İnternette aktif olarak geçirilen zaman değişkeni açısından maddelere verilen yanıtlar incelendiğinde tüm boyutlarda farklılık çıkan maddeler bulunmaktadır. Gizlilik boyutundaki maddelere verilen yanıtlar incelendiğinde *“Bir başkasının açık kalmış sosyal medya kullanıcı hesabına (Facebooki Twitter vb.) bakmam.” (madde 1), “Üçüncü şahısların bana kolaylıkla ulaşmasını sağlayacak bilgileri (üniversite, bölüm, sınıf, şehir, adres, e-posta adresim, telefon numarası vb.) sosyal medya hesabımda paylaşmam.” (madde 16), “Arkadaşımın yanlışlıkla paylaştığını tahmin ettiğim bir bilgiyi yaymam.” (madde 18), “Arkadaşlarımın da içinde olduğu fotoğrafları/videoları*

sosyal medya hesabımda izinlerini alarak paylaşıyorum” (madde 27), “Arkadaşlarıma ilişkin kişisel bilgileri sosyal medyada paylaşmam” (madde 31), “Sosyal medya hesabımda aile bireylerime sormadan onlara ilişkin “ (madde 35) maddelerinde internette geçirilen süreye göre farklılık çıktığı görülmektedir. Katılımcıların doğruluk boyutunda verdiği yanıtlar, internette geçirilen süre değişkeni açısından “Bir yerde bulunmadığım halde oradaymış gibi yer bildirim yapıyorum .” (madde 2), “Sosyal medyada farklı amaçlarla (oyundan fazla hak almak, düşüncelerimi daha rahat paylaşmak vb.) birden fazla hesap kullanırım.” (madde 7), “Doğruluğundan emin olmadığım bilgileri paylaşmam.” (madde 10) maddelerinde farklılaşmaktadır.

Fikri mülkiyet boyutunda ise *“İnternette ulaşılamayan (kitap, makale vb.) kaynakları sosyal medya siteleri üzerinden paylaşıyorum.” (madde 4), “Sosyal medyada başkalarının özel hayatlarını ilgilendiren paylaşımlarda bulunmam.” (madde 6), “Birinin yazdığı bir iletiyi kopyalayarak sayfamda aynen yayınlıyorum.” (madde 11), Başkalarına karşı nefret söylemi içeren iletiler paylaşmam (madde 14), “Paylaşım yaparken paylaştığım bilginin kaynağını bildiririm.” (madde 20), “Çok sinirlendiğim zaman küfür/hakaret içeren iletiler paylaşıyorum.” (madde 22), “Arkadaşlarımı eğlendirmek için tanımadığım insanların komik hallerini paylaşıyorum.” (madde 25), “Sosyal medya üzerinden arkadaşlarımdan kişilik haklarını ihlal edecek tartışmalara girmem.” (madde 29), “Başkası tarafından paylaşılan fotoğraf ya da iletileri kimin olduğunu belirtmeden paylaşmam.” (madde 34) maddeleri internette geçirilen süre değişkeni açısından incelendiğinde farklılık göstermektedir. Erişim boyutlarında ise “Sosyal medyada paylaşım yaparken istediğim zaman tamamen silebileceğimi düşünerek rahatlıkla paylaşımında bulunurum.” (madde 5), “Sosyal medyada, paylaşımlarımı onayladığım sözleşmeyi de göz önünde bulundurarak yaparım” (madde 13), “Tanımadığım kişilere arkadaşlık isteği yollarım” (madde 21) ve “Tanımadığım kişilerden gönderilen arkadaşlık isteklerini kabul ederim” (madde 33) maddelerinde internette geçirilen süre açısından farklılık çıktığı görülmüştür.*

İnternette geçiren süre değişkeni açısından gizlilik, doğruluk ve fikri mülkiyet boyutlarında farklılık gösteren maddeler incelendiğinde tüm maddelere verilen yanıtlarda internette daha fazla vakit geçiren bireylerin maddelerdeki davranışlara ilişkin durumlarda etik olmayan şekilde davranma eğiliminde oldukları görülmektedir.

Bunun nedeni bireylerin internette zaman geçirdikleri süre arttıkça maruz kaldıkları ve gözlemledikleri durumların artması ve bu durumların zamanla normalleşerek kendilerince bu şekilde davranmayı normal görmeleri olabilir. Ancak erişim boyutunda farklılık çıkan maddeler incelendiğinde bu maddelere katılım oranlarının diğer boyutlardaki maddelerle paralellik göstermediği dikkat çekmektedir. İnternette uzun süre vakit geçiren bireylerin tanımadıkları kişilere arkadaşlık isteği yollarken (madde 21) rahat olmalarına karşın tanımadıkları kişilerden gelen istekleri kabul etmek (madde 33) konusunda daha katı davranacakları yönünde görüş bildirdikleri görülmektedir. Bu farklılığın sebebi bu bireylerin internette karşılaşması olası durumların daha fazla farkında olup ona göre daha dikkatli davranmasından kaynaklanabilir. Yine aynı bireylerin interneti sosyalleşme aracı olarak kullandıkları için aynı görüşe, aynı hobiyeye ya da aynı zevklere sahip olduklarını insanlarla bir araya gelmek için tanışma sürecini kendileri kontrol etmek istedikleri düşünülebilir.

İnternette geçiren süre değişkeni açısından tüm boyutlarda farklılık gösteren maddeler incelendiğinde tüm maddelere verilen yanıtlarda internette daha fazla vakit geçiren bireylerin maddelerdeki davranışlara ilişkin durumlarda etik olmayan şekilde davranma eğiliminde oldukları görülmektedir. Bunun nedeni bireylerin internette zaman geçirdikleri süre arttıkça maruz kaldıkları ve gözlemledikleri durumların artması ve bu durumların zamanla normalleşerek kendilerince bu şekilde davranmayı normal görmeleri olabilir. Uysal (2006) tarafından yapılan bilgisayar etiğine ilişkin çalışmada ve bilgisayar kullanım süresi değişkeni açısından incelenen boyutlardan yalnızca fikri mülkiyet ile ilgili anlamlı fark çıkmıştır. Bu çalışmada ise tüm boyutlar açısından internette kalma süresinin etik davranış sergileme eğilimine göre farklılaştığı görülmektedir. Bu iki çalışma çalışılan konu açısından farklılık gösterse de göstergelerin benzer olması açısından paraleldir. Bu çalışmada tüm boyutlardaki bazı maddelerde bu farklılaşmanın olmasının nedeni ortamların farklılaşmış olması olarak yorumlanabilir.

Sahip olunan sosyal medya değişkeni açısından verilen yanıtlar incelendiğinde gizlilik “*Bir başkasının açık kalmış sosyal medya kullanıcı hesabına (Facebook, Twitter vb.) bakmam.*” (madde 1), “*Sosyal medya hesabımda sinirlendiğim kişiyi hedef alan paylaşımlarda bulunmam.*” (madde 9) ve “*Üçüncü şahısların bana kolaylıkla*

ulaşmasını sağlayacak bilgileri (üniversite, bölüm, sınıf, şehir, adres, e-posta adresim, telefon numarası vb.) sosyal medya hesabımda paylaşmam.” (madde 16) maddelerinde; doğruluk boyutunda ise “Bir yerde bulunmadığım halde oradaymış gibi yer bildirimini yaparım .” (madde 2), “Sosyal medyada farklı amaçlarla (oyundan fazla hak almak, düşüncelerimi daha rahat paylaşmak vb.) birden fazla hesap kullanırım.” (madde 7), Kullanıcı hesabımda beni tanımlayıcı gerçek bilgileri (isim-soyisim/okul vb.) kullanırım. (madde 32) maddelerinde bu değişken açısından farklılık görülmektedir.

Yine aynı değişken açısından fikri mülkiyet boyutuna verilen yanıtlar *“İnternette ulaşılabilen (kitap, makale vb.) kaynakları sosyal medya siteleri üzerinden paylaşırım.” (madde 4), “Sosyal medyada başkalarının özel hayatlarını ilgilendiren paylaşımlarda bulunmam.” (madde 6), Başkalarına karşı nefret söylemi içeren iletiler paylaşmam (madde 14), “Çok sinirlendiğim zaman küfür/hakaret içeren iletiler paylaşırım.” (madde 22), “Arkadaşlarımı eğlendirmek için tanımadığım insanların komik hallerini paylaşırım.” (madde 25), “Sosyal medya üzerinden arkadaşlarımın kişilik haklarını ihlal edecek tartışmalara girmem.” (madde 29), “Başkası tarafından paylaşılan fotoğraf ya da iletileri kimin olduğunu belirtmeden paylaşmam.” (madde 34) maddelerinde; erişim boyutunda ise “Sosyal medyada paylaşım yaparken istediğim zaman tamamen silebileceğimi düşünerek rahatlıkla paylaşımında bulunurum.” (madde 5), Arkadaşlarımın paylaşımlarına, başkalarının da göreceğini göz önünde bulundurarak yorum yaparım. (madde 12) , “Tanımadığım kişilerden gönderilen arkadaşlık isteklerini kabul ederim.” (madde 33) maddelerinde farklılaşmaktadır.*

Katılımcıların kullandıkları sosyal medya sitelerinin sayısı açısından verdiği yanıtlar incelendiğinde bu maddelerin biri hariç hepsinin internette geçirilen süre değişkeni açısından farklılık çıkan maddelerle aynı olduğu görülmektedir. Bu maddelerden doğruluk boyutunda yer alan madde 32 ve erişim boyutu madde 12 incelendiğinde sayıca fazla sosyal medya sitesinde üyeliği olan katılımcıların etik davranma ağırlıklı görüş bildirirken diğer tüm maddelerde bu katılımcıların daha fazla etik dışı davranma eğiliminde oldukları görülmektedir. Bu durumun nedeni sosyal medya sitelerine üyelik sayısı arttıkça buna paralel olarak sosyal medyada ve dolayısıyla da internette geçirilen sürenin artmasıdır. Bu durum daha önce de

bahsedildiği şekilde maruz kalınan ve görülen örneklerin sayısını artırdığı gibi katılımcıların durumu normalleştirmelerine de sebep olmaktadır. Yapılan odak grup görüşmelerinden elde edilen sonuç da bu görüşü destekler niteliktedir.

Nicel verilerin analizi sonrasında, 3 grupta toplam 23 öğrenci ile yapılan odak grup görüşmelerin öğrencilere PAPA modelindeki dört boyutu içeren etik ikilem senaryoları sunulmuştur. Bu senaryolar bağlamında verilen yanıtlar incelendiğinde, öğrencilerin en çok tereddüt ettikleri konunun doğruluk görülmektedir. Öğrencilerin özellikle gizlilik boyutunda neredeyse hepsi fikir birliğine varmış ve etik olmayan şekilde davranmayı tercih etmişlerdir. Bunun genel sebebi olarak ise kendi değerlerinin sosyal medya etiğinin önüne geçmesini göstermişlerdir. Özellikle fikri mülkiyet konusunda öğrencilerin senaryoda yapılan etik dışı davranışı normalleştirmiş olmaları dikkat çekici bir sonuçtur. Bu sonuç internet kullanım süresi ve sahip olunan sosyal medya hesabı sayısı değişkenleri açısından elde edilen sonuçları destekler niteliktedir. Yapılan görüşmeler sonucunda öğrenciler açısından sosyal medyada paylaşılan fikirlerin kamuya mal olmuş olmaları şeklinde yaygın bir görüş olduğu fark edilmektedir. Erişim konusunda öğrencilere sunulan senaryoda ise zaten sürekli başlarına gelen bir durum karşısında bu durumun kendi çıkarlarının daha önünde olmadığını ve katlanılabilir olduğunu belirtmişlerdir. Her ne kadar öğrencilerin büyük bir kısmı görüşme sırasında kullanılan senaryo gereği başkalarına dair bilgileri paylaşacaklarını ifade etmiş olsalar da Rainie ve Duggan (2016) daha geniş çapta yapılan bir araştırmada bireylerin talepleri dışında reklam amaçlı e-posta almaktan rahatsız olduklarını bu durumu kişisel bilgilerinin üçüncü kişilerce paylaşılması anlamına geldiğini belirtmişlerdir. Bu durum katılımcıların genel olarak kendi talepleri dışında reklam amaçlı bildirim almaktan hoşlanmasalar da duruma göre davranarak kendilerince gerekli gördükleri durumlarda tereddüt etmeden paylaşabilecekleri şeklinde yorumlanabilir. Her iki senaryoya verilen yanıtlardan elde edilen sonuçlar etik kuramlardan faydacılık kuramı çerçevesinde değerlendirilebilir. Öğrencilerin birkaçı dışında hepsinin kendilerine sağlayacakları faydaların etik davranışlarının önüne geçtiği, kendi menfaatleri söz konusu olduğu zaman etik dışı davranmaktan çekinmeyebilecekleri yapılan görüşmelerden elde edilen sonuçlar arasında olduğu söylenebilir. Öğrenciler verilen senaryolar arasında en çok doğruluk konusunda etik

davranma eğilimi göstermişlerdir. Ancak aslında verdikleri yanıtlar incelendiğinde bu yanıtların yine faydacılık kuramı etrafında toplandığı görülmektedir.

Öneriler

Araştırmadan elde edilen bulgular doğrultusunda uygulamaya ve araştırmaya yönelik olarak verilebilecek öneriler aşağıda sunulmuştur.

Uygulamaya Dönük Öneriler

Araştırma sonucunda uygulamaya dönük olarak geliştirilen öneriler şu şekilde sıralanabilir:

- Öğretmen adaylarının sosyal medya etiğine ilişkin görüşlerinin alındığı çalışmada öğrencilerin genel bir etik kural çerçevesinde değil kendi etik değerlerine göre yanıt verdikleri görülmüştür. Bu durum genel olarak kabul edilebilir olsa da özellikle başkalarının hakları ve üçüncü şahısları da bağlayan durumlar olduğunda ya da doğruluk gibi önemli kavramlar ele alındığında daha katı etik kurallara ihtiyaç olduğu söylenebilir. Bu nedenle bu temel değerlerin genel olarak tüm davranışlarda, ancak araştırma kapsamında düşünülürse sosyal medya etiği kapsamında öğrencilere etik bilincin kazandırılması gereklidir. Bazı temel değerler aileden edinilse de bilgisayar etiği, internet etiği ya da sosyal medya etiği gibi konularda bu bilgiler öğretilmelidir. Üniversitelerin BÖTE bölümlerinde zorunlu olmamakla birlikte Bilişim Etiği dersi bu amaçla verilmektedir. Ancak günümüzde ne bilgisayar ne internet ne de sosyal medya sadece BÖTE öğretmen adaylarının kullanımında değildir. Dolayısıyla bu dersin eğitim fakültesi genelinde zorunlu bir ders olarak verilmesi bu konulardaki etik dışı davranışlara farkındalık oluşturmak açısından önemlidir. Ayrıca bu ders kapsamına belirli yaş grubunun altındaki çocuklar için uygun olan everloop, kidsocial gibi sosyal medya siteleri de dahil edilmelidir.
- Göreve başlamış öğretmenlere yönelik olarak verilen hizmet içi eğitimlerin içeriğine bilişim etiği kapsamında sosyal medya etiğine ilişkin eğitimler de eklenmelidir. Bunun yanı sıra öğretmenlere, yukarıda bahsedilen sosyal medya

sitelerin tanıtımı yapılmalıdır. Bu şekilde öğrencilere bu ortamların tanıtılması sağlanmalıdır.

- Bilgisayarda ya da internette etik dışı davranma ya da durumu normalleştirme, bu davranışlara sıklıkla maruz kalmanın ya da bu tür davranışları sıklıkla gözlemlemenin bir sonucudur. Bu nedenle bu alandaki etik konular öğrencilere daha çok küçük yaşlarda kazandırılmalıdır. Bu durum göz önüne alındığında öğrencilerin gerek interneti ve sosyal medyayı doğru kullanmaları; gerekse bu ortamlarda karşılaşılabilecekleri olumsuzluklardan kendilerini korumaları adına ilkökul düzeyinde öğrencilerden başlayarak söz konusu ortamlardaki etik/etik dışı davranış biçimleri tanımlanmalı ve anlatılmalıdır.

Araştırmaya Dönük Öneriler

Araştırma sonucunda yapılacak yeni araştırmalara yönelik olarak geliştirilen öneriler şu şekilde sıralanabilir:

- Bu çalışma araştırmacının sınırlılıklarından dolayı iki eğitim fakültesi öğrencilerinden veri toplanarak gerçekleştirilmiştir. Sonraki araştırmalarda öğretmen adaylarına yönelik olarak Türkiye genelinde çalışmalar yapılabilir.
- Araştırmada veri çeşitliliğini sağlamak adına görüşmeler yapılmıştır. Ancak görüşmelerde öğrencilerin birbirlerinden etkilenecek ya da çekinerek cevap vermiş olmaları bu veri toplama yönteminin sınırlılığı olmuştur. Bu nedenle benzer araştırmalar uzun sürece yayılarak ve öğrencilerin sosyal medya hesapları incelenerek doküman analizine uyan bir yordamla gerçekleştirilebilir.
- Bu araştırma öğretmen adaylarıyla gerçekleştirilmiştir. Ancak sosyal medyanın tek kullanıcısı ve etik davranması gereken kişiler öğretmen adayları değildir. Bu nedenle çalışma diğer fakülteler geneline de yeniden desenlenebilir.

Bu araştırmada öğretmen adaylarından ölçek geliştirilerek veri toplanması istenmiş ancak elde edilen istatistiksel veriler ölçek geliştirme için uygun olmadığından hazırlanan veri toplama aracı ile veri toplanmıştır. Bu nedenle veri toplama aracı revize edilerek ölçek geliştirme çalışmalarına devam edilebilir.

EKLER

EK A: Anadolu Üniversitesi Eğitim Fakültesinde Uygulama İzni	106
EK B: Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Eğitim Fakültesi Uygulama İzni	107
EK C: Etik Kurul Belgesi.....	108
EK D: Sosyal Medya Etiğine İlişkin Görüş Belirlemek Amacıyla Hazırlanan Veri Toplama Aracı	109
EK E: Odak Grup Görüşmesine Katılan Öğrenciler İçin Yazılı Görüşme Onay Formu	112
EK F: Görüşme Formu ve Senaryolar.....	113

EK A: Anadolu Üniversitesi Eğitim Fakültesinde Uygulama İzni

A. Kuzu



T.C.
ANADOLU ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ
GENEL SEKRETERLİK
Yazı İşleri Müdürlüğü



Sayı : 63784619-300 - 1386
Konu : Öğrenci İşleri (Genel)

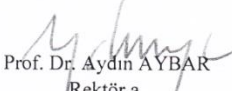
04 Aralık 2015

EĞİTİM FAKÜLTESİ DEKANLIĞINA

İlgi : 05.11.2015 tarihli ve 27899372-500/407 sayılı yazınız.

İlgi yazınızda belirtilen Enstitünüz Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi Anabilim Dalı Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi Doktora programı öğrencisi Özge MISIRLI'nın öğretim üyesi Doç. Dr. Abdullah KUZU'nun danışmanlığında "Öğretmen Adaylarının Sosyal Medya Etik Profillerinin İncelenmesi" başlıklı doktora tezi çalışması uygulamasını 2015-2016 öğretim yılı Güz döneminde Üniversitemiz Eğitim Fakültesi öğrencileri ile gerçekleştirmesi Rektörlüğümüzce uygun görülmüştür.

Bilgilerinizi rica ederim.



Prof. Dr. Aydın AYBAR
Rektör a.
Rektör Yardımcısı

Dağıtım:
Gereği:
Eğitim Bilimleri Enstitüsü Müdürlüğüne

Bilgi:
Eğitim Fakültesi Dekanlığına

07 Aralık 2015

Arz. İsmi
5479


08/12

Yunussemre Kampüsü Tepebaşı/Eskişehir
Telefon No: +90 222 335 05 80/1352-1353 Faks No: +90 222 335 36 16
E-Posta: gensek@anadolu.edu.tr İnternet Adresi: www.anadolu.edu.tr

Bilgi İçin: Bediha AKSAN
Unvan: Büro Personeli
Telefon No: 1352

EK B: Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Eğitim Fakültesi Uygulama İzni

Eğitim Bil. Et.

T.C.
ESKİŞEHİR OSMANGAZİ ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜ
(Genel Sekreterlik)

Sayı : 86930425-604/3204-7854

11.12.2015

Konu :Anket İzni

ANADOLU ÜNİVERSİTESİ REKTÖRLÜĞÜNE

İlgi: 04.12.2015 tarih,63784619-300-1385/9766 sayılı yazınız.

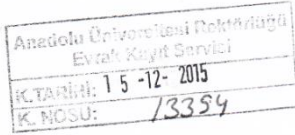
İlgide kayıtlı yazınıza istinaden Üniversiteniz Eğitim Bilimleri Enstitüsü Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi Anabilim Dalı Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi Doktora programı öğrencisi Özge MISIRLI'nın öğretim üyesi Doç.Dr.Abdullah KUZU'nun danışmanlığında "Öğretmen Adaylarının Sosyal Medya Etik Profillerinin İncelenmesi" başlıklı doktora tezi ile ilgili olarak Üniversitemiz Eğitim Fakültesi öğrencilerine anket uygulaması talebi Rektörlüğümüzce uygun görülmüştür.

Bilgilerinizi ve gereğini arz ederim.

Prof.Dr.M.Bahâddin ACAT

Rektör a.

Rektör Yardımcısı



- Danışman
- İlgiliye

- Yazı D. Md.
- Eğitim Bilimleri

Adres: Meşelik Yerleşkesi
26480 Eskişehir

Tel : 0 222 239 37 50 Dahili:5049
Fax: 0 222 239 10 74

EK C: Etik Kurul Belgesi

Kayıt Tarihi: 06.11.2015

Protokol No: 24300



ANADOLU ÜNİVERSİTESİ ETİK KURULU KARARI

ÇALIŞMANIN TÜRÜ:	Doktora Tez Çalışması
KONU:	Eğitim Bilimleri
BAŞLIK:	Öğretmen Adaylarının Sosyal Medya Etik Profillerinin İncelenmesi
PROJE/TEZ YÜRÜTÜCÜSÜ:	Doç. Dr. Abdullah KUZU
TEZ YAZARI:	Özge MISIRLI
ALT KOMİSYON GÖRÜŞÜ:	-
KARAR:	Olumlu

ETİK KURUL ÜYELERİ

İMZA/ TARİH

27.11.2015

Prof. Dr. Aydın AYBAR
Rektör Yardımcısı / Etik Kurul Başkanı

Prof. Dr. Hayrettin TÜRK
Fen Bil. (Fen Fak.)

Prof. Dr. Coşkun BAYRAK (Yedek Üye)
Eğitim Bil. (Eğitim Fak.)

Prof. Dr. Kemal YILDIRIM
Sos. Bil. (İkt. ve İd. Bil. Fak.)

Doç. Dr. Münevver ÇAKI
Güz. San. (Güz. San. Fak.)

Doç. Dr. Bülent ERGUN (Yedek Üye)
Sağlık Bil. (Ecz. Fak.)

EK D: Sosyal Medya Etiğine İlişkin Görüş Belirlemek Amacıyla Hazırlanan Veri Toplama Aracı

Değerli Öğretmen Adayı;

Öğretmen adaylarının sosyal medyadaki etik davranışlarına ilişkin görüşlerini ortaya koymak amacıyla tasarlanan araştırma için elinizdeki iki bölümden oluşan veri toplama aracı hazırlanmıştır. İlk bölümde, öğretmen adaylarının kişisel bilgilerini belirlemeye yönelik sorular bulunmaktadır. İkinci bölümde, öğretmen adaylarının sosyal medyadaki etik bulduğu davranışları belirlemek amacıyla hazırlanan ve beşli likert tipi 35 maddelik sorular yer almaktadır. Veri toplama aracının doldurulması yaklaşık 10 dakika sürmektedir.

Toplanan veriler araştırmacılar tarafından gizli tutulacak, araştırmanın amacı dışında hiçbir şekilde kullanılmayacaktır. Sizden veri toplama aracındaki maddelerden görüşlerinize en uygun seçeneği işaretlemeniz ve tüm bölümlerini eksiksiz doldurmanız istenmektedir. İşaretlediğiniz seçeneklerin doğruluğu veya yanlışlığı söz konusu değildir. Bu araştırmadan elde edilecek bulguların geçerliliği soruları yanıtlamadaki içtenliğinize bağlıdır. Araştırmaya katılım tamamen gönüllük esaslarına dayalı olup katılmak istemediğiniz ya da araştırmadan çıkmak istediğiniz durumlarda araştırmacılara bildirebilirsiniz.

Araştırmanın gerçekleştirilmesi için göstereceğiniz ilgi ve yardımdan dolayı şimdiden teşekkür eder, saygılarımı sunarım.

Özge MISIRLI
Doç.Dr. Abdullah KUZU (Danışman)
Yrd. Doç.Dr. Ö. Özgür DURSUN (II. Danışman)

I. BÖLÜM

Bu bölümde demografik bilgilerinizle ilgili 6 soru yer almaktadır. Sizi tanımlayan seçenek ya da seçenekleri (X) ile işaretleyiniz.

1. Cinsiyetiniz:

Kadın () Erkek ()

2. Eğitim Gördüğünüz Program:

Okul Öncesi Öğretmenliği () Sınıf Öğretmenliği ()
Sosyal Bilgiler Öğretmenliği () İlköğretim Matematik Öğretmenliği ()
Almanca Öğretmenliği () İngilizce Öğretmenliği ()
Fransızca Öğretmenliği () Resim-İş Öğretmenliği ()
Fen Bilgisi Öğretmenliği () İşitme Engelliler Öğretmenliği ()
Zihin Engelliler Öğretmenliği ()
Rehberlik ve Psikolojik Danışmanlık ()
Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Öğretmenliği ()
Diğer (Yazınız).....

3. Sınıfınız:

1. Sınıf () 2. Sınıf () 3. Sınıf () 4. Sınıf ()

4. Kullandığımız sosyal medya siteleri:

Facebook () Twitter () MySpace () Flicker ()
YouTube () Instagram () LinkedIn () FourSquare ()
Google+ () Tumblr () Diğer (Yazınız).....

5. Aktif kullandığımız forum sayısı:

Yok () 1-3 () 4-6 () 7 ve daha fazla ()

6. Gün içinde internette vakit geçirme süreniz:

1 saatten az () 1-2 saat () 3-4 saat () 5-6 saat () 7 saat ve daha fazla ()

II. BÖLÜM

Bu bölümde sosyal medya kullanımınıza ilişkin maddeler bulunmaktadır. Her maddenin karşısında bulunan katıma derecesi puanlarından (5 Kesinlikle Katılıyorum, 1 Kesinlikle Katılmıyorum olmak üzere) size en uygun olan seçeneğten birini (X) şeklinde işaretleyiniz. İşaretlediğiniz maddelerin doğru ya da yanlışlığı söz konusu değildir.

	Katılma Düzeyiniz				
	Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Ne katılıyorum ne katılmıyorum	Katılmıyorum	Kesinlikle Katılmıyorum
1	Bir başkasının açık kalmış sosyal medya kullanıcı hesabına (Facebook, Twitter vb.) bakmam.				
2	Bir yerde bulunmadığım halde oradaymış gibi yer bildirim yapıyorum .				
3	Hassas konulara ilişkin (din, politika vb.) görüşlerimi başka kişilerin (şair, politikacı vb.)				
4	İnternette ulaşılamayan (kitap, makale vb.) kaynakları sosyal medya siteleri üzerinden				
5	Sosyal medyada paylaşım yaparken istediğim zaman tamamen silebileceğimi düşünerek rahatlıkla paylaşımda bulunurum.				
6	Sosyal medyada başkalarının özel hayatlarını ilgilendiren paylaşımlarda bulunmam.				
7	Sosyal medyada farklı amaçlarla (oyundan fazla hak almak, düşüncelerimi daha rahat paylaşmak vb.) birden fazla hesap kullanırım.				
8	Arkadaşlarımı sosyal medya gruplarına onaylarını almadan eklemem.				
9	Sosyal medya hesabımda sınırladığım kişiyi hedef alan paylaşımlarda bulunmam.				
10	Doğruluğundan emin olmadığım bilgileri paylaşmam.				
11	Birinin yazdığı bir iletiyi kopyalayarak sayfamda aynen yayımlarım.				
12	Arkadaşlarımın paylaşımlarına, başkalarının da göreceğini göz önünde bulundurarak				
13	Sosyal medyada, paylaşımlarımı onayladığım sözleşmeyi de göz önünde bulundurarak				
14	Başkalarına karşı nefret söylemi içeren iletiler paylaşmam.				
15	Davet edildiğim sayfaları beğenmeden önce içeriğine bakarım.				
16	Üçüncü şahısların bana kolaylıkla ulaşmasını sağlayacak bilgileri (üniversite, bölüm, sınıf, şehir, adres, e-posta adresim, telefon numarası vb.) sosyal medya hesabımda paylaşmam.				
17	Birine sınırladığım zaman bunu kendisiyle özel bir mesaj ile paylaşırım.				
18	Arkadaşımın yanlışlıkla paylaştığını tahmin ettiğim bir bilgiyi yaymam.				
19	Bir iletiyi tekrar paylaşırken (retweet, regram vb.) iletinin ilk paylaşıldığı hesabın gerçek bir kişiye ait olduğunu kontrol ederim.				
20	Paylaşım yaparken paylaştığım bilginin kaynağını bildiririm.				
21	Tanımadığım kişilere arkadaşlık isteği yollarım				
22	Çok sınırladığım zaman küfür/hakaret içeren iletiler paylaşırım.				
23	Benim de olduğum bir fotoğrafın bana sorulmadan paylaşılmasına izin vermem.				
24	Bir iletiyi tekrar paylaşırken (retweet, regram vb.) iletinin doğruluğunu kontrol ederim.				
25	Arkadaşlarımı eğlendirmek için tanımadığım insanların komik hallerini paylaşırım.				
26	Oynadığım oyunların benim adıma paylaşım yapmasını kabul ederim				
27	Arkadaşlarımın da içinde olduğu fotoğrafları/videoları sosyal medya hesabımda izinlerini				
28	Virüslü olduğunu bildiğim iletiyi paylaşmam.				
29	Sosyal medya üzerinden arkadaşlarımın kişilik haklarını ihlal edecek tartışmalara girmem.				
30	Paylaşımlarımı görebilecek kişileri sınırlarım				
31	Arkadaşlarıma ilişkin kişisel bilgileri sosyal medyada paylaşmam.				
32	Kullanıcı hesabımda beni tanımlayıcı gerçek bilgileri (isim-soy isim/okul vb.) kullanırım.				
33	Tanımadığım kişilerden gönderilen arkadaşlık isteklerini kabul ederim				
34	Başkası tarafından paylaşılan fotoğraf ya da iletileri kimin olduğunu belirtmeden				
35	Sosyal medya hesabımda aile bireylerime sormadan onlara ilişkin bilgi paylaşmam.				

EK E: Odak Grup Görüşmesine Katılan Öğrenciler İçin Yazılı Görüşme Onay Formu

YAZILI İZİN FORMU

Sayın

Bu araştırmaya gösterdiğiniz ilgi için öncelikle teşekkür ederiz. Bu formun amacı sizi araştırma sürecinden haberdar etmek ve katılımınızla ilgili izin almaktır.

Araştırma, Anadolu Üniversitesi Eğitim Fakültesi'nde çalışan bir öğretim üyesi ve Eskişehir Osmangazi Üniversitesi'nde çalışan bir araştırma görevlisi tarafından yapılacaktır. Bu çalışma ile sosyal medyadaki etik/etik dışı davranışlara yönelik görüşlerinizi almak istiyoruz. Bunun için sizlerle resmi/resmî olmayan görüşmeler yapmayı, bunları kayıt altına almayı ve bu kayıtları değerlendirmeyi planlıyoruz.

Görüşmeler sizinle birlikte kararlaştırılan gün ve saatte gerçekleştirilecektir.

Araştırmanın herhangi bir bölümünde ses kayıtların dinleme ve gözden geçirme hakkınız bulunmaktadır. Kimliğiniz her türlü yazılı metinde gizli tutulacaktır. Ses kayıtlarındaki isimlerinizi silmek mümkün değildir. Ancak kayıtlar sizin yazılı izniniz olmadan hiçbir şekilde başkalarına gösterilmeyecektir. Kayıtların izleyen çalışmalarda, ilgili ders ve bilimsel toplantılarda (seminer, sempozyum, panel v.b) kullanılma olasılığı yüksektir. Eğer isterseniz araştırmanın sonuçları hakkında size bilgilendirme yapılacaktır.

Bu mektubu okuduğunuz, araştırmaya katılıp- katılmama konusunu düşündüğünüz ve vakit ayırdığınız için teşekkür ederiz. Araştırma hakkında sormak istediğiniz sorular varsa yanıtlamaktan memnun olacağımızı bildirir, saygılarımızı sunarız.

Doç. Dr. Abdullah KUZU
Araş. Gör. Özge MISIRLI

İzin veriyorum/izin vermiyorum
İMZA

GÖRÜŞME FORMU

Görüşmeci:

Tarih ve Saat (başlangıç-bitiş):

Merhaba, benim adım Özge MISIRLI. Anadolu Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi Anabilim Dalı'nda doktora tez çalışmamı yürütmekte ve Eskişehir Osmangazi Üniversitesi'nde aynı bölümde çalışmaktayım. Etik/etik dışı davranışlar genel olarak neyin doğru neyin yanlış olduğuyla ilgili olup, sosyal medya açısından değerlendirildiğinde ise kullanıcıların bu ortamlar sergiledikleri davranışlarla ilgilidir. Bu görüşmede amacım, sosyal medyadaki etik/etik dışı davranışlar hakkında görüşlerinizi almaktır. Bu araştırmada ortaya çıkacak sonuçların ölçek geliştirme sürecinde madde havuzu oluşturmaya katkıda bulunacağı öngörülmektedir. Bu nedenle konuyla ilgili düşüncelerinizi almak istiyorum.

Bu görüşmede söyleyeceklerinizin tümü gizlidir. Bu bilgiler araştırmanın amacı dışında kullanılmayacak ve araştırmacılar dışında kimse bu bilgilere ulaşamayacaktır. Ayrıca çalışmaya katılan bireylerin isimleri gizli tutulacaktır.

Başlamadan önce, bu görüşmenin bir tartışma şeklinde geçeceği belirtmek isterim. Sizlerden konuşmalar sırasında kaydın temiz gerçekleşebilmesi ve karışıklığa neden olmamak için teker teker konuşulması, masadaki nesnelere hareketi gibi konularda dikkat davranmanızı rica edeceğim. Bu söylediklerimle ilgili belirtmek istediğiniz bir düşünceniz ya da sormak istediğiniz bir soru var mı?

Görüşmeyi ses kaydı altına almak istiyorum. Sizin için bir sakıncası var mı?

İzin verirseniz sorulara başlamak istiyorum.

Görüşmeye başlamadan önce, lütfen isminizi söyleyip, kendinizi kısaca tanıtır mısınız?

1. Şimdi size yaşanmış ya da yaşanması olası belirli senaryolar sunacağım ve anlatılan bu senaryolar üzerinden sizden bazı soruları yanıtlamanızı isteyeceğim.

- a. En yakın arkadaşınızın eşi bilişim uzmanı olarak çalıştığına şirkette işe başlamıştır. Sorumluluğunuzun bir parçası da özellikle şirketle ilgili sosyal medya yazışmalarını takip etmektir. Yazışmaları incelerken arkadaşınızın eşi ve şirketteki bir çalışanın arkadaşlıktan öte bir yakınlığı olduğunu fark ettiniz. Sonrasında ikisinin de sosyal medya hesaplarını kontrol ettiğinizde aralarında bir ilişki olduğunu anladınız. Bir yandan arkadaşınıza durumu anlatmanız gerektiğini, diğer yandan da bu bilgiye illegal yollarla eriştiğiniz ve sosyal medya siteleri aracılığıyla bu bilgiye ulaştığınız için şikayet edilme ve işinizi kaybetme ihtimalinizi düşünüyorsunuz.

Bu durumda ne yaparsınız?

- b. Üniversitede gıda mühendisliği bölümünden mezun oldunuz ancak mühendisliğin hiç size göre olduğunu düşünmüyorsunuz. Henüz ne yapacağınıza karar veremediniz fakat bir süredir blog yazıyorsunuz. Bu durumu iş haline getirmek size mühendislikten daha çekici geliyor. Gidip gördüğünüz, yemek yediğiniz yerler hakkında yazmış olduğu yazıları toparlayarak

blogunuzu genişletmeye karar verdiniz. Blogta yazmaya başladıktan kısa süre sonra yazdıklarınız çok fazla insan tarafından takip edilmeye başlandı ve hem bloggerlar arasında hem de çeşitli sosyal medya sitelerinde oldukça popüler hale geldiniz. Özellikle yiyecek ürünlerinin ve yeni açılan yerlerin reklamına ilişkin çeşitli teklifler almakta, siz de gidip yemek yediğiniz yerlerin ya da beğendiğiniz ürünleri blogunuzda paylaşmakta ve geçiminizi bu şekilde sağlamaktasınız. Bir gün kuzeniniz bir butik pasta dükkânı açtı ve sizden bunun reklamını yapmanızı rica etti. Her zamanki gibi gidip hem mekânı inceleyip hem de ürünlerden tattınız. Ancak mekâna ilişkin çeşitli sıkıntıların yanı sıra ürünleri de yeterince kaliteli bulmadınız. Bu mekana ilişkin gerçek görüşünüzü blogunuzda yazarsanız kuzeninizi yazmazsanız kendinizi kandıracağınızı düşünüyorsunuz.

Bu durumda ne yaparsınız?

- c. Bir üniversitenin siyasal bilgiler fakültesinde son sınıf öğrencisisiniz. Sosyal medya sitelerini aktif olarak kullanıyor ve siyasi görüşünüzü yansıtacak şekilde paylaşımlarda bulunuyorsunuz. Sempatı duyduğunuz siyasi parti tarafından yazdıklarınız bir şekilde fark ediliyor ve yazdıklarınız partinin sosyal medya hesabında yayınlanıyor. İsmi kullanılmadığı için kendinize haksızlık yapıldığını ve emeğinizin çalındığını düşünüyor fakat yasal yollara başvurmanız durumunda görüşünüzü temsil eden siyasi partiye zarar vereceğinizden korkuyorsunuz.

Bu durumda ne yaparsınız?

- d. Çalıştığınız kurum yeterli reklam yapıp müşteri bulamaması halinde kapatılacaktır. Kurum yöneticilerinden biri sizden sosyal medya hesaplarındaki herkesin hesap bilgilerini istemektedir. Daha önceden izniniz olmadan sizin bilgilerinizin paylaşılmasından ve sonrasında gelen reklamlardan rahatsız olmuştunuz ve kişilerin izni olmadan isimleri dahil olmak üzere bilgilerinin paylaşılmasının çok yanlış olduğunu düşünüyorsunuz. Bir yandan da bu işe güvenerek yeni borca girdiniz ve işinizi kaybetmek istemiyorsunuz. Bir taraftan çalıştığınız kurumu korumak adına hesabınızdaki bilgilerinizi paylaşmak istiyor, diğer taraftan izin alınmadan böyle paylaşımların yapılmasını doğru bulmuyorsunuz.

Bu durumda ne yaparsınız?

Görüşmeye katıldığımız ve verdiğiniz bu değerli bilgiler için hepimize çok teşekkür ediyorum.

KAYNAKÇA

- Acquisti, A., ve Gross, R. (2006). Imagined communities: Awareness, information sharing, and privacy on the Facebook. *Privacy enhancing Technologies* içinde (s. 36-58). Springer Berlin Heidelberg.
- Adams, A. A., Murata, K., Orito, Y., & Parslow, P. (2011). Emerging social norms in the UK and Japan on privacy and revelation in SNS. *Int Review Inform Ethics*, 16(12), 18-26.
- Akbulut, Y., Şendağ, S., Birinci, G., Kılıçer, K., Şahin, M. C. ve Odabaşı, H.F. (2008) Exploring the types and reasons of Internet-triggered academic dishonesty among Turkish undergraduate students: Development of Internet-Triggered Academic Dishonesty Scale (ITADS). *Computers & Education*, (51), 463–473.
- Akbulut, Y., Uysal, Ö, Odabaşı, H. F. ve Kuzu, A. (2008). Influence of gender, program of study and PC experience on unethical computer using behaviors of Turkish undergraduate students. *Computers & Education*, 51, 485–492
- Aksoy, B. (2015, 20 Ağustos). Snapchat nedir, nasıl bu kadar popüler oldu?
www.cnnturk.com
- Atasoy, B. (2011). Sosyal ağ kullanım yaşı 10'a düştü [Araştırma].
<http://sosyalmedya.co/cocuklar-sosyal-ag-arastirma/> (Erişim tarihi: 24.02.2012)
- Banar, S. (2013). Medyada temel ayrımlar ve etiğe ilişkin değerler. A. O. Ünlüer (ed.), *Medya ve Etik* içinde (s.1-20). Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Yayınları
- Barnes, S. B. (2006). A privacy paradox: Social networking in the United States. *First Monday*, 11(9).
- Brian, P., Blake, Agarwal, N., Wigand, R.P. ve Wood, J.D. (2010). Twitter quo vadis: Is twitter bitter or are tweets sweet? Information Technology: New Generations, Third International Conference, 1257–1260.

- Beycioğlu, K. (2009). A cyberphilosophical issue in education: Unethical computer using behavior – The case of prospective teachers. *Computers & Education*, 53, 201–208.
- Binark, M., ve Bayraktutan, G. (2013). *Aydın Karanlık Yüzü: Yeni Medya ve Etik. İstanbul: Kalkedon.*
- Büyüköztürk, Ş., Bökeoğlu Çokluk Ö. ve Köklü, N. (2009) *Sosyal Bilimler İçin İstatistik. Ankara: Pegem Akademi*
- Bowen, S. A. (2013). Using classic social media cases to distill ethical guidelines for digital engagement. *Journal of Mass Media Ethics: Exploring Questions of Media Morality*, 28(2), 119-133
- boyd, D. ve Hargittai, E. (2010). Facebook privacy settings: Who cares?. *First Monday*, 15(8).
- Bynum, T. W. (2000). The foundation of computer ethics. *Computer and Society*, 30(2), 6-13.
- Cevizci, A. (2010). *Paradigma felsefe sözlüğü*. Paradigma Yayınları.
- Christofides, E. Muise, A ve Desmarais, S. (2009). Information disclosure and control on Facebook: Are they two sides of the same coin or two different processes? *CyberPsychology & Behavior*, 12 (3), 341-345.
- Citron, D. K., ve Norton, H. (2011). Intermediaries and hate speech: Fostering digital citizenship for our information age. *Boston University Law Review*, 91(1435), 1435-1484.
- Connecticut Öğretmen Eğitimi ve Mentörlük Programı (2012). Ethical and Professional Dilemmas for Educators. http://www.ctteam.org/df/resources/Module5_Manual.pdf (Erişim tarihi: 10.02.2016)
- Connors, J. ve Touchstone, A. Ethical conduct for Idaho PTE Teachers. University of Idaho: Idaho Professional-Technical Education.
- Constine, J. (2016). Facebook Climbs To 1.59 Billion Users And Crushes Q4 Estimates

- With \$5.8B Revenue. <http://techcrunch.com/2016/01/27/facebook-earnings-q4-2015/> (Erişim tarihi: 20.04.2016)
- Creswell, J. W. (2009). Research design: Qualitative and mixed methods approaches. *London and Thousand Oaks: Sage Publications*.
- Çaycı, B., ve Karagülle, A. E. (2014). Mobil İletişim Teknolojileriyle Değişen Örgütlenme Biçimleri: Ağlarda Örgütlenen Toplumsal Hareketler. *Journal of Yaşar University*, 9(36).
- Daily Mail (2014). More than half of children use social media by the age of 10: Facebook is most popular site that youngsters join. <http://www.dailymail.co.uk/news/article-2552658/More-half-children-use-social-media-age-10-Facebook-popular-site-youngsters-join.html> (Erişim tarihi: 24.02.2014)
- Dhir, A., Buragga, K. ve Boreqqah, A. A. (2013). Tweepers on campus: Twitter a learning tool in classroom? *Journal of Universal Computer Science*, 19(5), 672-691
- Duggan, M. ve Smith, A. (2013). *Social media update 2013* (Pew Research Raporu). http://www.pewinternet.org/files/2014/01/Social_Networking_2013.pdf (Erişim tarihi:20.02.2014)
- Duggan, M., Ellison, N., Lampe, C., Lenhart, A. ve Madden, M. (2015). *Social media update 2014* (Pew Research Raporu). <http://www.pewinternet.org/2015/01/09/social-media-update-2014/> (Erişim tarihi: 10.04.2016)
- Dwyer, C., Hiltz, S., ve Passerini, K. (2007). Trust and privacy concern within social networking sites: A comparison of Facebook and MySpace. *AMCIS 2007 proceedings*, 339.
- Eid, M. ve Ward, S. J. A. (2009). Ethics, new media and social networks (editorial) . *Global Media Journal*, 2(1), 1-4
- Elavsky, C. M., Mislán, C., ve Elavsky, S. (2011). When talking less is more: Exploring outcomes of Twitter usage in the large-lecture hall. *Learning, Media and Technology*, 36(3), 215–233.

- Erdoğan, E. (2016, 15 Ağustos). Foursquare ve Swarm arasındaki fark nedir? [Blog Mesajı]. http://blog.tamindir.com/fousquare-ve-swarm-arasindaki-fark-ne_6408/ (Erişim tarihi: 24.04.2016)
- Feldman, F. (1978) etik nedir? (Çev: F. B. Aydar). İstanbul: Boğaziçi Üniversitesi Yayınevi (2009)
- FourSquare (t.y.) Fourquare hakkında. <https://tr.foursquare.com/about> (Erişim tarihi: 24.04.2016).
- Gearhart, D. (2001). Ethics in distance education: Developing ethical policies. *Online Journal of Distance Learning Administration*, 4(1).
- Gross, R., ve Acquisti, A. (2005, November). Information revelation and privacy in online social networks. In Proceedings of the 2005 ACM workshop on Privacy in the electronic society (pp. 71-80). ACM.
- Henderson, M., Johnson, N. F., & Auld, G. (2013). Silences of ethical practice: Dilemmas for researchers using social media. *Educational research and evaluation*, 19(6), 546-560.
- Hill IV, G. W. ve Zinsmeister, D. D. (2012). Becoming an ethical teacher. W. Buskist ve V. A. Benassi (Eds.). *Effective college and university teaching: Strategies and tactics for the new professoriate* içinde(s. 125-133). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Institute of Business Ethic (IBE), (2011). *The Ethical Challenges of Social Media*. https://www.ibe.org.uk/userassets/briefings/ibe_briefing_22_the_ethical_challenges_of_social_media.pdf (Erişim tarihi: 15.12.2015)
- İyi, S. (2014) Etik tarihinde ana yaklaşımlar. İ. Kuçuradi ve D. Taşdelen (Ed), *Etik* içinde (s. 22-45). Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Yayınları
- Kalaman, S. (2011). İnternette özel hayatın gizliliğinin ihlal edilmesi: Facebook. Yayınlanmamış doktora tezi. Konya: Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
- Karim, N. S. A., Zamzuri, N. H. A. ve Nor, Y. M. (2009). Exploring the relationship between Internet ethics in university students and the big five model of personality. *Computers & Education*, 53, 86-93.

- Kayak, S. (2011). BÖTE bölümü öğrencilerinin internet etiği algılarının incelenmesi. *Eğitim Teknolojileri Araştırmaları Dergisi*, 2(2).
- Keith-Spiegel, P., Whitley, B. E., Jr., Balogh, D. W., Perkins, D. V., ve Wittig, A. F. (2002). *The ethics of teaching: A casebook* (2nd ed.). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Kuzu, E.B. (2012). *Bilişim Teknolojileri Öğretmen Adayları Arasında Çevrimiçi Sosyal Ağların Öğretim Amaçlı Kullanımı*. Yayınlanmamış doktora tezi. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Lau, W. W. ve Yuen, A. H. (2013). Adolescents' risky online behaviours: The influence of gender, religion, and parenting style. *Computers in Human Behavior*, 29(6), 2690-2696.
- Lau, W. W. ve Yuen, A. H. (2014). Internet ethics of adolescents: Understanding demographic differences. *Computers & Education*, 72, 378–385.
- Lenhart, A., ve Madden, M. (2007). *Teens, privacy, & online social networks* (Pew Research Raporu). <http://www.pewinternet.org/2007/04/18/teens-privacy-and-online-social-networks/> (Erişim tarihi: 10.04.2016)
- Lenhart, A. (2015). *Teens, technology and friendship* (Pew Research Raporu). <http://www.pewinternet.org/2015/08/06/teens-technology-and-friendships/> (Erişim tarihi: 10.04.2016)
- Light, B., McGrath, K., ve Griffiths, M. (2008). More than just friends? Facebook, disclosive ethics and the morality of technology. *ICIS 2008 proceedings*, 193.
- Likert, R. (1932). A technique for the measurement of attitudes. *Archives of Psychology*. 140. 5-55
- Lomer, D. (2012). *Social Media Rules for Teachers Released by New York City*. <http://i-sight.com/ethics/social-media-rules-for-teachers-released-by-new-york-city/> (Erişim tarihi: 07.02.2013)
- Mason, R. O. (1986). Four ethical issues of the information age. *MIS Quarterly*, 10 (1), 5-12

- Mason, E. S., ve Mudrack, P. E. (1996). Gender and ethical orientation: A test of gender and occupational socialization theories. *Journal of Business Ethics*, 15(6), 599-604.
- McMillan, J. ve Schumacher, S. (2006). Research in education: Evidence based inquiry (6th Ed.). Boston: Pearson Education
- Mollavelioğlu, M. Ő. (2003). K ve orta ölçekli iŐletmelerde bilgi teknolojilerinin etik kullanımı ve bir uygulama. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Erzurum: Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Namlu, A. G., ve Odabasi, F. (2007). Unethical computer using behavior scale: A study of reliability and validity on Turkish university students. *Computers and Education*, 48(2), 205–215.
- Nosko, A. , Wood, E. ve Molema, S. (2010) All about me: Disclosure in online social networking profiles: The case of FACEBOOK . *Computers in Human Behavior*, 26 (3), 406-418
- Odabaşı, H. F. ve Uysal, . (2007). Bilgisayar etiği ile ilgili konular. *VII.International Education Technology Conference*, 3-5.
- Odabaşı, H.F., Mısırlı, ., Günüç, S., Şahin Timar, Z., Ersoy, M., Som, S., Dönmez, F. İ., Akçay, T., Erol, O. (2012). Eğitim için yeni bir ortam: Twitter. *Anadolu Journal of Educational Sciences International*, 2(1), 89-103.
- z, M. (2014). Sosyal Medya Kullanımı ve Mahremiyet Algısı: Facebook kullanıcılarının mahremiyet endiŐeleri ve farkındalıkları. *Journal of Yasar University*, 35(9).
- Özlem, D. (2004). *Etik-Ahlak Felsefesi*. İstanbul: İnkılap.
- zdemir, S. (2006). Türk medyasındaki gazetecilerin medya etiğine yansımaları: İstanbul rneği. Yüksek Lisans Tezi, Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Elazığ
- Parrish Jr., J. L. (2010). PAPA knows best: Principles fort he ethical sharing of information on social networking sites. *Ethics and Information Technology*, 12 (2), 187-193 .

- Perrin, A. (2015). *Social media usage: 2005-2015* (Pew Research Raporu). tarihinde <http://www.pewinternet.org/2015/10/08/social-networking-usage-2005-2015/> (Erişim tarihi: 10.04.2016)
- Peslak, A. R. (2006). PAPA revisited: A current empirical study on the Mason framework. *Journal of Computer Information Systems*, 46 (3), 117-123.
- Pittman, M., & Reich, B. (2016). Social media and loneliness: Why an Instagram picture may be worth more than a thousand Twitter words. *Computers in Human Behavior*, 62, 155-167.
- Rainie, L. ve Duggan M. (2016). *Privacy and information sharing* (Pew Research Raporu). <http://www.pewinternet.org/2016/01/14/privacy-and-information-sharing/> (Erişim tarihi: 10.04.2016)
- Rheingold, H. (1993). *The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier*. Boston (MA): Addison Wesley.
- Rooke, B. (2013). Four pillars of internet research ethics wit Web 2.0. *Journal of Academic Ethics*, 11 (4), 265-268.
- Russo, C. J., Squelch, J. ve Varnham, S. (2010). Teachers and social networking sites: Think before you post. *The Journal of Law and Social Justice*, 5(5), 1-15.
- Shea, V. (t.y.). The core rules of netiquette. <http://www.albion.com/netiquette/introduction.html> (Erişim tarihi: 23.01.2014)
- Sipahi, B., Yurtkoru, E. S. ve Çinko, M. (2010). *Sosyal bilimlerde SPSS'le veri analizi*. İstanbul: Beta Basım Yayım
- Söylemez, M. ve Balaban, F. (2015) Bilişimin etik olarak kullanımının çeşitli değişkenler açısından incelenmesi. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 14(54), 115-128.
- Stutzman, F. (2006). An evaluation of identity-sharing behavior in social network communities. *Journal of the International Digital Media and Arts Association*, 3(1), 10-18.
- Sweney, M. ve Gosden, E. (2006, 8 Eylül). Facebookers protest over privacy. *Media Guardian*.

TDK (2014). Medya.

http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&kelime=MEDYA (Erişim tarihi: 03.05.2014)

Thiroux, J.P. ve Krasemann, K. W. (2012). *Ethics theory and practice*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall

Uysal, Ö. (2006). Öğretmen adaylarının bilgisayar etiğine ilişkin görüşleri. Yayınlanmamış yüksek lisans tezi. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.

Walker, L. (2012). Ethics in social media. *Journal of Property Management*, 77(4), 20.

Walther, J., Van Der Heide, B., Kim, S., Westerman, D. ve Tong, S. (2008). The role of friends' appearance and behavior on evaluations of individuals on Facebook: Are we known by the company we keep? *Human Communication Research*, 31 (1), 28-49.

Yıldırım, A., & Şimşek, H. (2006). *Sosyal bilimlerde nitel araştırma yöntemleri*. Seçkin Yayıncılık.

Yılmaz, A. (2012) Sosyal medya kullanımında güncel tartışmalar: Üniversite öğrencileri örneğinde mahremiyet-kamusal alan ilişkisi. *Global Media Journal (Turkish Edition)*, 3(5), 246-26

Young, K. (2011). Social ties, social networks and the Facebook experience. *International Journal of Emerging Technologies and Society*, 9 (1), 20-34.

Youtube (t.y.). About Youtube. <https://www.youtube.com/yt/about/> (Erişim tarihi: 27.04.2016)

ZENGİN, A. M., ZENGİN, G., & ALTUNBAŞ, H. (2015). Social media and the changing privacy "facebook privacy. *Gumushane University e-Journal Of Faculty Of Communication*, 3(2).

Zeybek, G. (2011). Bilgisayar meslek dersi alan ortaöğretim öğrencilerinin bilişim teknolojilerini kullanımlarının etik açıdan değerlendirilmesi. Konya: Selçuk Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü

Zimmer, M. (2010). "But the data is already public": on the ethics of research in Facebook. *Ethics and information technology*, 12(4), 313-325.

ÖZGEÇMİŞ

Adı-Soyadı : Özge MISIRLI
Yabancı Dili : İngilizce
Doğum Yeri ve Yılı :Kdz. Ereğli /1983

Eğitim ve Mesleki Geçmişi:

- 2008, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü, İlköğretim Bölümü, İlköğretim Matematik Öğretmenliği Anabilim Dalı
- 2007, Anadolu Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi Bölümü, Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi Anabilim Dalı
- 2007, Anadolu Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, İlköğretim Bölümü, İlköğretim Matematik Öğretmenliği Anabilim Dalı
- 2011- Halen, Araştırma Görevlisi, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi Bölümü

Yayınları ve Bilimsel/Sanatsal Faaliyetleri

Gunuc, S., Misirli, O., ve Odabasi, F. (2015). The Psychology of Social Networking: Communication, Presence, Identity and Relationships in online communities. In *Social Networks as a Communication Tool from Children's Perspective: A Twitter Experience*(Eds. Riva, G., Wiederhold, B.K., ve Cipresso, P.),Versita, Versita Ltd, 78 York Street, London.

Günüç, S., Mısırlı, Ö. ve Odabaşı, F. (2013). Primary School Children's Communication Experiences With Twitter: A Case Study from Turkey. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking-SSCI*, 16(6), 448-453.

Odabaşı, H. F., Mısırlı, Ö., Günüç, S., Timar, Z., Ersoy, M., Som, S., Dönmez, F. İ., Akçay, O. ve Erol, O. (2012). Eğitim için yeni bir ortam: Twitter. *Anadolu Journal of Educational Sciences International (AJESI)*, 2(1), 89-103.

Dönmez, F.İ., Günüç, S., Mısırlı, Ö., Ersoy, M., Kuzu, A. ve Odabaşı, H.F. (2012). Elementary School Students' Views About Social Networks. *Cypriot Journal of Educational Sciences (CJES)*, 7(4), 364-377.